

Liste des acronymes

APD	: Approches Participatives du Développement
CERS	: Centre d'Etude et de Recherche en Sociologie
COBA	: Communauté de Base
CR	: Commune Rurale
CSA	: Centre de Services Agricoles
EPM	: Enquête Périodique auprès des Ménages
FJKM	: Eglise de Jésus Christ à Madagascar
FRDA	: Fonds rural de Développement Agricole
IDH	: Indicateur de Développement Humain
INSTAT	: Institut National de la Statistique
IRD	: Institut de Recherche sur le Développement
MBP	: Marges brutes des Producteurs
MBC	: Marges brutes des Collecteurs
NES	: Nouvelle Sociologie Economique
ONG	: Organisme non gouvernemental
PCD	: Plan Communal de Développement
PIB	: Produit Intérieur Brut
PSDR	: Programme de Soutien pour le Développement Rural
PNUD	: Programme des Nations Unies sur le Développement
RDC	: Renforcement Des Capacités
SE	: Sociologie Economique
SAF	: Sampan'asa Fampandrosoana
SAHA	: Sahan'Asa Hampandrosoana ny Ambanivohitra

LISTE DES TABLEAUX

Numero	Titre des tableaux	Page
1	Pluviométrie annuelle	32
2	Les lacs et étangs au niveau de la commune	33
3	Effectif de la population par tranche d'âge	35
4	L'effectif de la population par fokontany	36
5	Services techniques et administratifs dans la commune	39
6	Les établissements scolaires	40
7	Les institutions religieuses	41
8	La route nationale n°3	42
9	- Les structures d'appui au développement de la commune	43
10	Les filières très exploitées dans la commune	46-47- 48
11	Localisation des marches	52
12	Répartition des agents par sexe	55
13	Répartition des agents par âge	56
14	Le niveau d'éducation	57
15	Situation matrimoniale des agents	59
16	Les facteurs pris en compte pour la fixation du prix de vente	68
17	Charges supportées par les collecteurs par localité	76
18	Prix moyen de vente des filières dans les localités d'étude en kg	78
19	Prix moyen d'achat et de vente des collecteurs par période	79
20	Les marges des producteurs par localité	81
21	Les marges des collecteurs (AR/kg)	82
22	Récapitulatif des couts et des marges de commercialisation	82

Liste des figures

Numéro	Titre des figures	Page
1	La rivière de Mananara	33
2	Flux commercial	62
3	Les différentes étapes de la récolte et du conditionnement	63
4	Flux de la filière Haricot	65
5	Les processus du flux de l'échange dans la commune pour la filière oignon	73
6	Les processus du flux de l'échange dans la commune pour la filière riz	74

Liste des graphes

1	Données sur la pluviométrie	32
2	Evolution de la population de 1975 à 2005	34
3	Proportion des actifs et non actifs dans la commune	38
4	Proportion des ménages destinant les filières ci-dessus à la vente	49
5	Le niveau d'éducation formel des agents	58
6	Situation matrimoniale des agents	60
7	L'organisation de la cueillette / « production	64
8	Les facteurs pris en compte pour la fixation du prix de vente	69
9	Les différentes charges des producteurs	71

SOMMAIRE

Introduction générale

PREMIERE PARTIE : CADRE DE L'ETUDE

Chapitre I : Etudes théoriques

Chapitre II : Etudes monographiques

DEUXIEME PARTIE : DYNAMIQUE DE L'ECONOMIE FAMILIALE ET INIQUITE COMMERCIALE

Chapitre III : Traitement des résultats

Chapitre IV : Discussion à travers les principes théoriques utilisés

TROISIEME PARTIE : REDYNAMISATION DE L'ECONOMIE FAMILIALE, UN LEVIER POUR UN DEVELOPPEMENT EQUITABLE ET DURABLE.

Chapitre V : L'équité commerciale et développement local

Chapitre VI : Eléments de prospective personnelle

Conclusion générale

Bibliographies

Table des matières

Liste des acronymes

Liste des tableaux

Liste des figures

Liste des graphes

Annexes

INTRODUCTION GENERALE

GENERALITES

Pour faire face aux opportunités et aux défis de la mondialisation, les nations développées et en voie de développement s'attèlent à intégrer leur économie au niveau régional, continental et mondial. Ainsi, la régionalisation économique est considérée comme une alternative, surtout pour les pays en voie de développement, car ces derniers veulent établir un cadre multilatéral de principes et de règles pour des échanges dans des conditions de transparence et de libéralisation progressive.

L'internationalisation de l'activité économique et l'interdépendance entre les différents secteurs d'activité obligent les différents Etats du monde à entretenir entre eux d'intenses réseaux d'échanges. La constitution d'une zone d'intégration économique est une source de croissance économique par le libre échange qu'elle instaure, libre échange profitable à toutes les parties prenantes en ce sens qu'il stimule la concurrence.

La lutte contre la pauvreté et l'inégalité sociale dans les pays en développement est un des défis majeurs du nouveau siècle. Les politiques adoptées dans ces pays doivent plus que jamais s'adapter à un nouvel ordre économique mondial, qui est celui d'une mondialisation des économies de marché par le biais d'une libéralisation progressive des échanges commerciaux.

Bien que le principal argument en faveur du libre-échange soit les gains de bien-être apportés aux nations du monde, ses partisans reconnaissent qu'il y a des gagnants et des perdants¹. Face à ce constat, la problématique de la répartition des gains de l'échange dans les pays en développement, en particulier à Madagascar, où les richesses sont déjà très inégalement distribuées, est désormais au centre du débat sur la mondialisation.

Plusieurs études se sont récemment penchées sur les effets de la libéralisation des échanges commerciaux extérieurs sur la distribution du revenu et la pauvreté Malgache. Certaines arrivent à la conclusion qu'une libéralisation des échanges pourrait être bénéfique aux plus démunis, et contribuerait à la réduction des inégalités entre riches et pauvres dans certains pays. D'autres ressortent des résultats plutôt défavorables aux pauvres et indiquent qu'une ouverture des frontières au commerce contribuerait à creuser les écarts entre les différentes

¹ Présentation, in « *La crise de l'agriculture africaine* », Lamine GAKOU, Paris, Silex, 1984.

couches sociales. Les pauvres étant généralement dépourvus de moyens et de capacités leur permettant de saisir les nouvelles opportunités offertes par le marché. Des études proposent que des mesures d'incitation soient mises en place afin de les aider à mieux participer aux gains de l'échange.

Cette divergence de résultats des impacts distributifs du libre échange commercial pourrait être imputée non seulement aux spécificités des économies étudiées, mais également à la multiplicité des outils d'analyse.

Si dans certains cas les réformes commerciales ont contribué à l'accroissement des revenus et du bien-être des pauvres, il demeure que dans d'autres, elles ont eu des effets pervers, pénalisant les plus démunis de la société. C'est dans le souci de concilier les engagements de réforme commerciale et les objectifs de réduction de la pauvreté que ce travail s'intéresse à l'impact distributif de l'iniquité commerciale au sein des ménages ruraux.

La population rurale constitue une écrasante majorité de la population malgache. Les divers indicateurs économiques à commencer par le PIB ainsi que l'IDH classent d'une manière sans appel Madagascar parmi les pays les moins avancés de la planète. Un dualisme entre le milieu urbain et le milieu rural marque fortement la Grande Ile. La pauvreté est plus accentuée au milieu rural comparée au milieu urbain. La plupart des gens qui ont faim à Madagascar ne sont pas des consommateurs urbains qui achètent de la nourriture, mais bien *des paysannes et des paysans qui produisent et vendent des produits agricoles*. « 85 % des pauvres vivent en milieu rural alors que les ruraux représentent 77 % de la population malgache² ». Plutôt que rurale, la pauvreté semble être surtout agricole. Les plus pauvres semblent être les ménages vivant principalement de l'agriculture. L'agriculture demeure assez archaïque et la productivité agricole médiocre dans l'ensemble. L'enclavement du pays entrave la commercialisation des produits agricoles et ce qui accule le pays dans l'économie de subsistance.

Le développement rural apparaît comme crucial pour remettre Madagascar sur les rails de la prospérité et de la satisfaction du bien-être de sa population. Les politiques économiques des différents gouvernements de Madagascar semblent toujours être en corrélation avec le développement rural.

C'est dans ce nouveau contexte et enjeux que nous avons choisi de nous initier à ce domaine et d'apporter notre humble contribution à l'étude de cette thématique si difficile à cerner du fait de nombreux paramètres qu'il faut considérer et des disciplines qu'il faut mobiliser ; mais qui est nécessaire à étudier pour améliorer la recherche-développement en

² Enquête Périodique auprès des Ménages (EPM)', INSTAT/DSM, 2010

milieu rural. Ainsi, nous avons fixé notre objectif d'apporter quelques indications sur cette littérature qui n'a pas beaucoup d'adeptes parmi les étudiants et nous essayerons d'explorer de façon scientifique ce phénomène.

► **Choix du thème et du terrain**

Dans notre recherche, le thème de mémoire s'intitule « **Redynamisation de l'économie familiale face à l'iniquité commerciale des agents de marché** » Cas de la commune rurale d'Alakamisy.

Pour avoir une notion d'économie sans pour autant oublié le côté social de notre formation, nous avons toujours opté nos observations et nos grilles de lecture sur la structure commerciale que peuvent engendrer au niveau local la mondialisation économique. Nous avons donc décidé de faire cette piste de réflexion vers une délimitation du sujet et d'aller explorer les relations existantes entre les collecteurs et les producteurs surtout au niveau des zones enclavées comme la commune rurale d'Alakamisy. Nous pensons que cette zone d'étude représente les caractéristiques d'une campagne Malgache d'un potentiel agricole ; en effet, nous essayerons de mettre en évidence la problématique et les perspectives du développement rural et son espace.

Avec les connaissances acquises durant ces quatre années d'étude combinées avec celles proposées par les chercheurs et auteurs de divers horizons, nous nous efforcerons de comprendre et essayerons d'y apporter des explications.

► **Problématique**

Après une recherche bibliographique rapide, nous avons constaté que la question liée aux flux d'échange économique et les circuits commerciaux des Pays sous développés comme Madagascar faisait couler beaucoup d'encre et a suscité le débat sur les problèmes sociaux contemporains. Ainsi, La structure du marché agricole international est tout à fait révélatrice des écarts entre l'idéologie du libre marché et la dynamique réelle qui se joue entre les acteurs. L'historien uruguayen Eduardo Galeano a un jour écrit « la répartition du travail entre les nations a en fait pour résultat que certaines se spécialisent dans les gains, et les autres dans les pertes »³.

C'est dans la foulée de cet appel que s'inscrit l'iniquité commerciale entre les agents de marché qui aura des répercussions directes ou indirectes sur l'économie familiale proprement-

³ In « Entre le Nord et le Sud, un fossé grandissant », *Cosmopolitiques*, Paris, septembre 1990.

dites surtout en milieu rural. Nous verrons que l'iniquité du système commercial freine la réduction de la pauvreté, renforce les inégalités mondiales et marginalise les pays pauvres comme les individus les plus démunis dans les zones rurales. Cela abouti à la question fondamentale :

« Comment améliorer l'économie familiale pour réduire l'exploitation commerciale entre les producteurs et collecteurs en milieu rural ? ».

► Hypothèses

En guise de réponse provisoire, nous avons formulée des hypothèses à partir des pré-enquêtes que nous avons effectuées comme étude préalable.

- Profil entrepreneuriale permanente à long terme (pour les générations futures) et à court terme (pour les générations actuelles) des ménages ruraux.

Le processus d'une logique entrepreneuriale des ménages ruraux étant le frein d'une exploitation entre les producteurs ou les paysans elle-même et les collecteurs. Devant la difficulté d'infléchir des règles commerciales à l'avantage des ménages ruraux, l'entrepreneuriat permet de mettre en place un système d'échange alternatif reposant sur des critères extra-économiques et des institutions inédites. Dès lors, il englobe toutes les activités économiques, y compris celles de production.

- Restructuration du circuit commercial en milieu rural

La restructuration du circuit commercial est une étape prépondérante visant à l'amélioration des conditions individuelles et collectives. Elle vise à donner plus de poids aux producteurs et aux travailleurs dans les sociétés paysannes en tant que parties prenantes de leurs organisations.

► Objectifs

Objectif général : Apporter un regard sociologique sur l'analyse du fonctionnement du circuit commercial des ménages ruraux et d'estimer la rentabilité de ses produits agricoles sur l'économie familiale en général en dépit de l'existence de l'iniquité commerciale.

Objectifs spécifiques

- ❖ Faire la caractérisation socio-économique des agents de marché

- ❖ Connaître et analyser le fonctionnement des produits agricoles vendus sur le marché
- ❖ Evaluer les coûts supportés par chacun des agents au sein du marché
- ❖ Estimer les marges bénéficiaires de chaque agent.
- ❖ Connaître et analyser les conséquences implicites et explicites de l'iniquité commerciale dans l'économie familiale
- ❖ Proposer des solutions durables pour redynamiser l'économie familiale.
- ❖ Proposer un flux commercial en vue de redynamiser l'économie familial des ménages ruraux

► **Une méthodologie**

Avant d'entrer dans la discussion fictive, il nous est essentiel de procéder et de présenter la démarche méthodique de notre recherche pour statuer sur la légitimité scientifique de notre avancement. Il nous d'abord pertinent de préciser les approches théoriques qu'on a opéré tout au long de la recherche et ensuite d'élucider les approches pratiques qu'on a traversé.

Les instruments d'analyse

Nos méthodes d'investigation gravitent dans une première étape, dans une instrumentalisation de la sociologie compréhensive pour la mise en exergue des principes de rationalisation des activités individuelles et des divers éléments impliqués sur terrain et par là d'expliquer causalement son déroulement et ses effets. Cela va nous permettre d'appréhender sur les dimensions de l'approche structuraliste génétique et de l'approche systémique dans une perspective méthodologique le pourquoi, le comment et les finalités de la dynamique du social. Cette démarche vise à statuer sur la légitimité scientifique de nôtre vision prospective.

Le caractère systémique de la démarche ne constitue pas une mode de plus mais bien une manière de voir, de penser, de comprendre et d'expliquer une situation. C'est une approche du développement qui est liée à une compréhension multidimensionnelle de la pauvreté, des systèmes complexes dans lesquelles les interrelations sont importantes. Une approche systémique consiste donc en une analyse globale des éléments en présence et surtout de leurs interactions, de leurs interconnexions en fonction d'un objectif propre.

► **Les approches pratiques**

Parallèlement à cette approche théorique, nous avons procédé aussi à une approche pratique qui consiste à une investigation sur terrain. Nous avons d'abord entretenu avec les responsables de la commune qui nous présentent comme des guides dans le recours aux informations nécessaires. Avec leurs accords, nous avons pu être mis en contact avec les différents éléments impliqués sur terrain. C'est à partir de ce moment que nous avons pu avoir des moments privilégiés avec les gens, d'avoir des discussions très approfondies.

L'investigation sur terrain a suivi deux phases principales que sont la pré-enquête et l'enquête proprement dite.

► **Les techniques documentaires**

La première technique utilisée a été d'abord celle consistant en une recherche bibliographique sur les connaissances à mobiliser. Cette étape a été faite avant la descente sur le terrain pour avoir une connaissance préalable du sujet. Et après la collecte de données et d'informations sur le terrain, nous avons pris conscience qu'il faut approfondir ces connaissances en continuant les recherches. La recherche d'informations a été faite essentiellement auprès des bibliothèques et des centres de recherches tels que : le Centre d'Etude et de Recherche en Sociologie (CERS), la Bibliothèque Universitaire, la Bibliothèque Nationale, l'Institut de Recherche et Développement (I.R.D), le CITE. Nous nous sommes intéressé non seulement à des ouvrages sur support de papier mais aussi numériques. La navigation sur internet a en l'occurrence été d'un appui précieux.

• **La pré-enquête**

Après avoir réservé un temps de préparation et de planification, nous avons entamé la phase de pré-enquête. Nous tenons à souligner combien il est important de procéder à l'enquête préliminaire. Le recours à cette phase nous permet de mieux connaître notre terrain d'enquête, élaborer l'échantillonnage, essayer et réviser notre questionnaire, formuler les hypothèses annoncées précédemment et bien déterminer les méthodes et les techniques appropriées.

• **L'enquête proprement dit**

Les techniques vivantes utilisées pour la réalisation de cette étude ont été :

- ❖ L'observation directe libre : Cela afin de préciser en nous même ce que nous voulions étudier et permettre par la suite de formuler précisément notre thème, notre problématique, ainsi que nos hypothèses.
- ❖ L'approche ethnométhodologique : cela afin de connaître le processus dont le ménage procède à un système d'échange commercial de ses productions agricoles. Elle nous aide à mettre en évidence et à comprendre les mécanismes des flux d'échange et la gestion de son économie familiale. Elle constitue le moyen de saisir des informations réelles à retenir ou au contraire des contrevérités.
- ❖ Les interviews libres et semi-structurées : pour ces techniques, nous avons choisi le type d'entretien et le type de question à poser selon les informations voulues.

• **Technique d'échantillonnage**

Pour avoir un résultat de recherches sans biais, nous devons faire une enquête exhaustive dans tout le territoire de la commune. C'est-à-dire que nous devons enquêter tout les

habitants. Mais vu les étendues géographiques de la zone, l'insuffisance des ressources budgétaires et temporelles, nous faisons appel à *l'enquête probabiliste*. Elle se porte sur un effectif réduit ou fraction représentative d'une population étudiée dite population de référence ou population mère. Cette fraction constitue l'échantillon et le mode de sa constitution se fait par un tirage. Corollairement, le résultat escompté sera généralisable à tout l'ensemble de la population représentée. Comme notre recherche est relative à l'économie familiale, alors notre unité d'échantillonnage est donc le ménage. L'élaboration de notre échantillonnage consiste à tirer au hasard 20 ménages par fokontany, donc nous avons tiré 100 ménages parmi les 745 recensés dans la commune d'Alakamisy.

Ainsi le taux de sondage, qui est le rapport de l'effectif de l'échantillon à celui de la population mère est de $100/745 = 0,13$.

Les ménages sont représentés par l'un de leurs chefs au moins, c'est-à-dire par le père ou la mère.

Enquêtes et collecte de données sur le terrain

La collecte de données et d'informations est une étape cruciale dans toute recherche et plus particulièrement en Sociologie. Cela permet non seulement d'appréhender un phénomène social quelconque, mais aussi de vivre ce phénomène avec les acteurs concernés. Pour ce qui nous concerne, cette étape de la recherche s'est bien passée, mais quelques points méritent d'être évoqués, car ils montrent, d'un côté, la difficulté d'un travail de terrain, et d'un autre côté, reflètent la réalité sociale locale et le vécu des personnes concernées par l'étude. Bref, elle peut nous aider à comprendre les dynamiques de l'économie familiale. Cette étape de la recherche est constituée de deux niveaux d'interventions à savoir la collecte des données auprès des ménages et auprès des informateurs.

La rencontre avec les responsables de la commune

Dès notre arrivée à Alakamisy, les responsables au niveau communal nous ont bien accueillis. Ils ont manifesté leur volonté de nous aider dans nos travaux de recherches. Cependant, nous avons eu des difficultés à rejoindre la première responsable comme ce fut le maire à cause de ses programmes très chargés et de ses lourdes responsabilités. Au niveau des fokontany, c'est la disponibilité des données qui nous a causé quelques problèmes.

► **Les limites de la recherche**

La disponibilité des enquêtés

D'abord, la première difficulté c'est la disponibilité des personnes concernées par l'objet de notre enquête. Il faut noter que notre intervention dans ces fokontany porte essentiellement sur le chef de ménage. Dans notre démarche, nous avons choisi de ne pas perturber la cour des activités des ruraux et nous n'avons pas eu de refus majeur. En effet, c'est plutôt le jour du repos c'est-à-dire le Dimanche que nous avons pu faire le maximum d'entretien car c'est le jour où les majeures parties de la population se trouvent au village. Quelques fois, face à la difficulté de trouver la personne susceptibles de nous fournir des informations voulues c'est-à-dire le chef de ménage ou la mère, nous avons passé dans le champ pour pouvoir lui faire l'entretien.

En outre, malgré notre apparence physique qui semble étrangère aux gens, nous avons toujours confronté à des remarques et suivi de série de questions du genre : Qui vous êtes ? Qui vous envoyé ? Pourquoi vous faites cela ? Qu'est ce que vous allez en faire ?etc. Donc, nous avons pris le temps d'expliquer l'objet de notre étude et dans quelle perspective nous avons choisi ce thème et la zone d'étude. Après avoir réitéré l'objectif purement académique de notre intervention, la population se sent rassuré et accepte de nous livrer leur point de vue, surtout leurs contraintes vis-à-vis du sujet.

- La première partie de notre étude s'intéressera à toutes les cadres générales de l'étude des domaines concernés par le thème.
- La deuxième partie répond à la nécessité d'interpréter et de fonder l'analyse sur des données réelles issues des enquêtes de terrains ainsi que des documentations.
- Pour la troisième partie, nous nous pencherons sur des éléments susceptibles de contribuer au renforcement de connaissances autour du même phénomène et bien évidemment des perspectives.

PREMIERE PARTIE
CADRE DE L'ETUDE

La présentation d'un cadrage théorique nous précisera sur quelles dimensions théoriques se dirigent notre orientation, nos questions et nos réponses. Une bonne compréhension de notre sujet passe par une explication des termes qui le composent. En effet, la polysémie nous oblige à fixer le sens de chaque terme utilisé, nous permettent ainsi de mieux saisir les contours des questions et d'éliminer toute éventuelle ambiguïté.

I. CLARIFICATION CONCEPTUELLE

Avant de s'imprégner dans le cadre de la sociologie économique, il nous est essentiel de donner une brève aperçue sur son objet d'étude afin de déterminer plus précisément les contours de son domaine. Nous verrons quelles sont les différentes manières de définir la Sociologie économique et essaierons d'en cerner la méthode et l'objet

En premier lieu, le fait de s'interroger sur l'approche sociologique à des phénomènes économiques est nécessaire. Puis, nous nous demandons ce qui caractérise ces phénomènes précisément.

A. Définition de la Sociologie économique, sa méthode et son objet

1.1. Définition

Après avoir connu une floraison de réflexions dans la période 1890-1920, la sociologie économique, souvent définie comme la perspective sociologique appliquée aux phénomènes économiques, a marqué le pas. On peut même penser que la période de l'entre-deux-guerres d'une part, et la période qui suit la fin de la Deuxième Guerre mondiale de l'autre, ont vu la disparition de la sociologie économique du front de la recherche en sciences sociales. Néanmoins, on le sait, la sociologie économique, souvent qualifiée de Nouvelle Sociologie économique (« New Economic Sociology »), connaît depuis le milieu des années 1970 un vif développement, aux États-Unis et en Europe, notamment en France.

La Sociologie économique est une discipline à l'interface entre la Sociologie, l'Economie, l'Anthropologie, l'Histoire. Il est difficile d'en donner une définition précise, car tant son objet que son corpus théorique est encore en cours d'élaboration. Le propos de cet aperçu sera d'ailleurs en grande partie, les principales caractéristiques de cette discipline selon les différents contributeurs.

Philippe STEINER définit ainsi son objet : « *La Sociologie économique étudie les faits économiques en les considérant comme des faits sociaux* ⁴ ».

Pour Wilfredo **PARETO**⁵, elle devait permettre de complexifier l'approche économique en y ajoutant des dimensions caractéristiques du social ;

Pour **SHUMPETER**, elle avait vocation à compléter l'Economie Politique notamment par la prise en compte de l'histoire.

Selon Mark **GRANOVETTER**, que l'on peut considérer comme le fondateur de la Nouvelle Sociologie Economique, il y a trois niveaux d'objet dont s'occupe la Sociologie économique :

- L'action économique individuelle : « *action orientée vers la satisfaction des besoins, tels que définis par les individus, en situation de rareté* ⁶ » (Weber) ;

Les phénomènes situés au-delà de l'action individuelle, dont :

- Les résultats économiques (formation de prix stables, de différences de salaires etc..) ;
- Les institutions économiques (désignent de plus larges ensembles d'actions et comportent une dimension normative).

La sociologie économique définie donc comme étant la perspective sociologique appliquée à des phénomènes économiques. En effet, la sociologie webérienne montre que les activités marchandes sont des activités sociales qui s'appuient sur des supports institutionnels très précis, elle attire aussi notre attention sur les contraintes économiques du système capitaliste⁷.

1.2 Méthode et objet

Du point de vue de la manière dont elles construisent leur objet et dont elles se représentent les phénomènes qu'elles étudient, l'Economie et la Sociologie sont souvent opposées, la première étant renvoyée à l'**individualisme méthodologique** (notamment à travers la figure de l'**homo oeconomicus**), la seconde au **holisme méthodologique** ou organicisme. Selon l'approche individualiste, les phénomènes étudiés sont considérés comme résultant d'actions individuelles, tandis qu'à l'opposé, la démarche holiste fait primer le groupe, la structure, le tout sur les parties.

Mais les choses ne sont pas aussi tranchées et souvent les deux approches ne sont pas nettement distinctes chez un auteur, encore moins dans un courant de pensée ou une discipline. La méthode de Max Weber par exemple est considérée comme individualiste par

⁴ STEINER (P), « L'école durkheimienne et l'économie : sociologie, religion et connaissance » Genève, Droz, 2004

⁵ WILFREDO (P), Manuel d'économie Politique. 1906

⁶ GRANOVETTER (M), Le marché autrement: les réseaux dans l'économie, Paris, Desclée de Brouwer, 2000.

⁷ WEBER (M), Economie et société, L'organisation et les puissances de la société dans leur rapport avec l'économie, Presses Pocket, 1923.

rapport à celle de Durkheim et plus encore celle de Mauss. En économie, l'holisme méthodologique domine dans l'école historique ainsi que certains courants dits 'hétérodoxes'. Granovetter (1990) essaie de se situer entre les deux, en définissant ainsi sa méthode : « *mon approche de la sociologie économique repose sur deux propositions sociologiques fondamentales: premièrement, l'action est toujours socialement située et ne peut pas être expliquée en faisant seulement référence aux motifs individuels; deuxièmement, les institutions sociales ne jaillissent pas automatiquement en prenant une forme incontournable, mais sont 'construites socialement'*⁸ ».

En France, le courant des **conventions** essaiera aussi de concilier les deux approches. Mais pour bien comprendre l'enjeu de ce débat et de cette opposition entre deux postures méthodologiques, il faut remonter aux 'disputations' qui avaient lieu dans les universités du moyen âge entre **scolastiques** et **nominalistes** (voir Pribram, 1986).

Une autre opposition en matière de méthode concerne d'un côté la démarche **inductive** (qui est plutôt celle de l'histoire) et de l'autre la méthode **déductive ou hypothético déductive** qui caractérise l'économie classique et néo-classique en particulier. Où se situe la Sociologie économique entre les deux ? Encore une fois, il est difficile de trancher. Il est vrai que les sociologues reprochent souvent aux économistes l'abstraction et le formalisme de leurs modèles, mais la Sociologie économique, en étudiant des relations de causalité, a aussi recours au raisonnement déductif et à des dispositifs hypothétiques et peut aussi déboucher sur des constructions très abstraites

■ De l'encastrement de l'économie

Depuis l'article fondateur M. Granovetter, la notion d'« *embeddedness* » occupe une place centrale dans la méthodologie de la "Nouvelle sociologie économique" ou NSE.

Mark GRANOVETTER défend une conception de l'économie comme étant "encastrée" dans un ensemble social et politique plus vaste. « De l'observation de marchés concrets, il conclut que les agents qui y prennent part ne sont pas forcément atomisés. D'une part, ils peuvent se rencontrer et d'autre part, ils peuvent entretenir des relations suffisamment récurrentes pour qu'il soit possible de reconstituer la structure globale du réseau de relations qui parcourt le marché. Cette attention aux réseaux sociaux permet de rompre avec l'image d'une sphère asociale puisque des relations personnelles interviennent dans le fonctionnement des échanges ou, pour le dire autrement, puisque la participation au marché ne détruit pas les relations

⁸ GRANOVETTER Idem

sociales. Au final, l'encastrement structurel traduit la contextualisation de l'échange marchand sous la forme des relations interpersonnelles ou inter organisationnelles⁹ ».

Il emprunte le concept à Polanyi¹⁰, auteur qui défendait la thèse selon laquelle jusqu'à la révolution industrielle l'économie était encastree dans la sphere sociale, et qu'elle s'en serait par la suite largement detachee pour constituer un champ beaucoup plus autonome. Cette these ne seduit guere GRANOVETTER, pour qui l'economie reste l'un des repertoires d'action sociale qui suit la lignee de Max Weber. « *Toute action, même économique, est socialement située* »¹¹. La comprehension des mecanismes économiques necessite donc de s'interesser aussi aux motivations des agents, qui ne peuvent être vues comme de simples manifestations de la recherche constante de l'intérêt privé.

En effet, les relations sociales et les valeurs ne se soumettent pas passivement à un marché puissant et homogénéisant, mais ce sont plutôt les différentes formes de relations sociales qui déterminent des marchés multiples en créant de façon dynamique de nouveaux modes d'échange et de répartition.

B. De l'économie domestique à l'économie familiale

1. L'économie domestique

Tout d'abord, l'économie familiale doit être distinguée de ce que l'on nomme l'économie domestique. En effet on peut considérer que, l'économie familiale s'identifie à l'espace économique des réseaux familiaux de production, et l'économie domestique n'en constitue que la partie intrafamiliale.

L'économie domestique, science de la maison, a tout d'abord été l'apprentissage des travaux qui s'avéraient indispensables : cuisine et conservation des aliments, entretien de la maison et des vêtements, puériculture, jardinage et petits élevages, mais aussi soins aux troupeaux et activités de laiterie, productions agricoles . . .

Une formation à caractère technique et économique s'avérait nécessaire, et s'y sont ajoutées, au fil des temps, des notions de gestion des ressources, d'économie de marché et d'organisation du travail. Seule une élite campagnarde pouvait en bénéficier.

⁹ LE Velly (R). « Sociologie du marché, Le commerce équitable : des échanges marchands contre le marché et dans le marché », Thèses de doctorat et en science sociale, Universités de Nantes, Paris, 2004.

¹⁰ Polanyi Karl (1944), *La grande transformation. Aux origines politiques et économiques de notre temps*, Gallimard, 1983.

¹¹ Weber Max, *Histoire économique : esquisse d'une histoire universelle de l'économie et de la société*, Paris, Gallimard, 1993.

Cependant, le monde est en perpétuel changement : révolutions industrielles, accroissement de l'urbanisation . . . bouleversant les pays de façon plus ou moins rapide, plus ou moins aiguë, et partout l'équilibre des sociétés est compromis, l'inadaptation des systèmes économiques se fait sentir.

L'Enseignement Ménager s'est alors adressé à une plus grande fraction de la population féminine dont on reconnaissait le rôle social et économique. La formation ménagère des jeunes paysannes se développe. Diminuer la fatigue des femmes, améliorer l'habitat rural, augmenter les revenus de la famille deviennent des impératifs. Il faut résoudre les problèmes nouveaux créés par l'exode rural et l'éloignement des générations. En ville, les femmes, trop vite entrées dans le monde du travail, n'ont pu s'initier au savoir-faire de leur mère. Elles sont désemparées face à une économie qui les oblige à acheter les produits que la famille ne fabrique plus. Par des formules appropriées, originales, (cours du soir ou sur les lieux de travail, sessions ambulantes, etc...) l'enseignement ménager a pris une dimension sociale. Actuellement les besoins des familles se sont considérablement uniformisés ainsi que les moyens utilisés pour les satisfaire, grâce à la facilité des échanges et à la rapidité des communications, du moins dans les pays fortement industrialisés.

2. L'économie familiale

Avant de définir ce qu'est vraiment l'économie familiale, il nous faut tout d'abord présenter ses composantes (le revenu familial et le concept de famille).

a. Le revenu familial

Le revenu familial est souvent posé comme une donnée objective, basée sur des faits neutres qui permettent de mesurer la richesse ou la pauvreté des individus et des ménages. De nombreux programmes gouvernementaux et mesures fiscales s'appuient d'ailleurs sur cette notion comme critère d'admissibilité financière des individus aux services et ressources. Cette catégorie statistique véhicule l'idée d'une mise en commun de l'ensemble des revenus et de leur redistribution plus ou moins égalitaire entre les membres d'une famille. Aux fins de notre analyse, le concept de revenu familial sera traité à partir des deux aspects suivants :

- celui des ressources qui entrent dans le ménage ;
- et celui de la famille comme unité de consommation.

Ces deux aspects sont étroitement imbriqués, mais permettent d'un point de vue analytique de distinguer des dimensions importantes dans la compréhension des transactions

financières entre les membres de la famille et de la circulation de l'argent dans et en dehors de la sphère privée.

b. Les revenus du ménage défini comme une unité économique

Le revenu familial est le plus souvent établi par un simple exercice comptable qui additionne les ressources financières des deux conjoints et parfois aussi celles des enfants et des autres personnes apparentées ayant un revenu et vivant sous le même toit. Cette addition des revenus est appliquée dans notre recherche même si cela a camouflé tout d'abord l'inégalité des contributions économiques au sein du ménage, contributions qui ont beaucoup varié avec les époques et se sont différenciées les unes des autres en fonction du sexe et des rôles sociaux attendus des divers membres de la famille.

c. La famille : unité économique et unité de consommation

Le concept de revenu familial est aussi étroitement lié à l'idée que la famille est une unité de consommation. Selon Delphy, si l'on y réfère abondamment en sociologie, la fonction de consommation des familles a été peu traitée sur le plan théorique à ce jour. Sa critique du concept d'unité de consommation met en évidence le fait qu'il renvoie implicitement à « l'unité d'observation de la consommation¹² » qu'utilisent souvent les économistes.

Ce concept véhicule implicitement que la consommation des individus dans une famille est commune, homogène et indifférenciée. Or, comme l'a souligné Young quelques décennies plus tôt, la consommation de nourriture, par exemple, a longtemps été hautement « différenciée et hiérarchisée au sein des ménages entre les âges (enfants, adultes, personnes âgées) ; entre mari et femme (« bread-winners are often the meat-eaters »), etc ¹³». Néanmoins, une fonction redistributive plus ou moins égalitaire est attribuée à la famille, fonction qui ne trouve pas toujours d'appui dans les pratiques, comme le montrent aussi les recherches empiriques récentes dans ce domaine¹⁴.

¹² DELPHY C., « L'ennemi principal », 1998, vol. 1. Économie politique du patriarcat, Paris, Syllepse.

¹³ YOUNG, M., « Distribution of Income within the Family », 1952, the British Journal of Sociology, vol. 3, no 4, p. 305-321.

¹⁴ BELLEAU H., « Entre le partage des dépenses et le partage des avoirs », 2008, « Les comptes conjugaux des ménages Québécois », dans L'usage de l'argent dans le couple : pratiques et perceptions des comptes amoureux, sous la dir. de H. Belleau et C. Henchoz, Paris, L'Harmattan, p.113-148.

On définit l' « économie familiale » comme les caractéristiques observables au sein du ménage. La comptabilisation des dépenses et des revenus du ménage étant l'essentiel indicateur qu'on a choisi pour composer l'économie familiale.

Les déterminants peuvent être l'enregistrement des dépenses et l'organisation budgétaire des contributeurs ou des bénéficiaires en matière agricole surtout ou autres. Les dépenses effectuées et les revenus de la famille sont nos principales indicatrices de ce qu'on nomme « économie familiale ».

L'étude des modes d'organisation des ménages est donc une étape primordiale dans la recherche avant l'accumulation de données nouvelles, tant sur le plan qualitatif que quantitatif, comme étant une des conditions du progrès de la connaissance théorique et empirique de la recherche.

Le mode de comptabilisation des contributions au niveau de l'ensemble du ménage est représenté comme suit :

- ✓ Les individus qui contribuent aux dépenses en remettant une somme au chef du ménage, le laissant décider seul de l'allocation de cette somme
- ✓ Les individus qui contribuent à des dépenses particulières.

Pour tous les contributeurs, il est important de savoir s'ils remettent leurs contributions au chef du ménage en leur en laissant la décision d'allocation ou si, au contraire, ils affectent leurs contributions à des dépenses particulières.

L'économie familiale était au siècle dernier dans les pays développés, une composante essentielle des activités de production. Son déclin est dû au développement technique, à l'industrialisation et à la spécialisation. Dans les économies en développement du fait de la place prépondérante que conserve le secteur primaire, sa place reste considérable et qui joue un rôle déterminant pour répondre aux besoins de cette population.

En ce qui concerne l'agriculture, qui contribue en moyenne pour près de 30% du PIB¹⁵ dans la région, la plupart des activités agricoles sont organisées et mises en œuvre par les exploitations familiales qui sont la forme de production la plus importante au sein de l'économie familiale en milieu rural.

C'est pourquoi plusieurs politiques agricoles et programmes de développement rural ont vu le jour suite à des ajustements successifs.

Economie familiale rurale

¹⁵ Enquête périodique auprès des ménages (EPM) Aout 2011 INSTAT/ DSM

La majorité de la population rurale Malgache vivait sur des fermes¹⁶ basée sur une économie agricole, la subsistance des familles était assurée par la production de matières premières. Le travail conjugué de l'ensemble des membres d'une même famille, incluant les jeunes enfants, était requis. Il n'était pas rare que ceux-ci soient retirés de l'école pour accomplir diverses tâches tant sur la ferme qu'à la maison¹⁷. Tous contribuaient ainsi à l'économie familiale essentiellement par leur force de travail. Jusqu'à la crise des années 1930, dans les zones agricoles, les deux tiers du revenu familial étaient gagnés en nature. La circulation d'argent était donc relativement limitée¹⁸.

L'importance d'un revenu monétaire dans les milieux agricoles s'accrut cependant au cours du XX^e siècle, notamment avec les productions spécialisées à partir de la Première Guerre mondiale¹⁹ et le développement de la société de consommation dès les années 1920. D'ailleurs, la commercialisation de l'agriculture transforma radicalement « les anciens rapports d'interdépendance [au sein des ménages] en rapport de dépendance entre ceux qui ont des revenus et ceux qui n'en ont pas²⁰ »

C. Dimension sociologique du marché

Avant de décrire et de dimensionner sociologiquement le marché, il importe de donner une définition superficielle sur l'économie de marché.

Une économie de marché est un système économique reposant prioritairement (mais pas nécessairement de manière exclusive) sur des échanges librement négociés entre agents économiques individuels (ménages) ou collectifs privés (firmes, associations). Cela signifie que les décisions économiques sont prises de manière décentralisée²¹, et non par un seul super-agent économique comme par exemple une agence de planification. L'économie de marché est celle des décisions décentralisées, décisions qui ne sont pas coordonnées de manière consciente ou volontaire mais le sont dans une certaine mesure par les mécanismes de marché ; on peut dire en effet que le marché est un mécanisme de coordination des décisions, au même titre que le plan central.

¹⁶ LINTEAU ET AL. 1989 : 130

¹⁷ PAULME D., « Femmes d'Afrique Noire » Ed. Mouton et Cie, Paris, 1986

¹⁸ BOUCHARD, G. « Co-Intégration et reproduction de la société rurale ». « Pour saguenayen de la marginalité », recherches sociographiques, vol. 29, no 2-3, p.283-310

¹⁹ LINTEAU ET AL. 1989 : 565)

²⁰ FORTIN A., «La famille ouvrière d'autrefois », 1987, Recherches sociographiques, vol. 28, no 2-3, p. 273-294.

²¹ CHANTELAT P. « la sociologie économique des marchés et ses rapports à la microéconomie : controverse, impasses et perspectives », 2004, cahiers internationaux de sociologie, 127 :285-311

Dans la lignée de Max Weber, « La relation entre offreur et demandeur s'établit sur une base contractuelle à partir d'un calcul d'intérêt qui autorise une autonomisation par rapport aux autres relations sociales non marchandes. (...) Le marché présente donc une spécificité parce qu'il ne suppose pas, contrairement aux autres principes économiques, une immersion dans les relations sociales²². »

En effet, Au milieu des années 70 émerge un nouveau courant visant à une «Théorie sociologique générale des marchés». Le 'retour' du libéralisme économique, d'abord aux Etats-Unis (Reagan) et en Grande Bretagne (Thatcher) avec la réduction des fonds d'aide sociale, puis en Europe avec la fin des 30 glorieuses, repose la question du rôle des syndicats ouvriers pour compenser les effets négatifs du marché. Le libéralisme progresse aussi dans le tiers monde, quand, avec la crise de l'endettement, les stratégies de développement menées par les Etats sont discréditées et remplacés par des objectifs de stabilisation financière et d'ajustement structurel.

Les difficultés économiques ont amené les sociologues politiques à s'intéresser au marché, ou plutôt aux **marchés**, qu'ils analysent comme des structures sociales concrètes. Harrison C.White²³, tente d'explication du fonctionnement des marchés en termes exclusivement sociologiques. Il veut « *insérer la théorie néoclassique de la firme dans une conception sociologique des marchés* ». Pour lui, « *l'objectif principal de la sociologie ne doit pas être de compléter la théorie économique, considérée comme cadre théorique de base, par une conception plus riche des individus et de la culture* ».

Il définit un marché comme « *une structure dans laquelle des entreprises jouent chacune des rôles différenciés et sont liées les unes aux autres par un équilibre d'observations en interaction. Chaque producteur observe les objectifs que se fixent les autres producteurs, en termes de quantités produites et de revenus, la concrétisation ou non de ces observations détermine le maintien du marché ou sa disparition* ».

La perspective sociologique permet de passer du niveau individuel au niveau structurel.

²² LAVILLE (J L). « L'économie solidaire ». Une perspective internationale. Ed. DESCLEE de Brouwer, Paris, 1994, p. 54

²³ WHITE (H. c)., "Production Markets and induced role structures" in *American Journal of Sociology*, 1981.

1. Les fonctionnements du marché

• Définition d'un marché

Un marché est un ensemble d'interactions entre des vendeurs et des acheteurs potentiels d'un bien économique – ou d'un ensemble de biens substitués étroits, interactions constituées d'échanges d'information, de négociations et de transactions se déroulant dans des conditions de concurrence homogène.

• Structure du marché

Les marchés observables se caractérisent par l'extrême variété des formes qu'ils peuvent prendre. Il n'existe pas de description concrète possible qui contiendrait toutes ces formes ; les degrés d'organisation des marchés sont nombreux et échelonnés.

Donnons quelques exemples de formes d'organisation:

- ✓ Il existe à une extrémité des marchés très peu organisés, sans règles spécifiques : chacun offre ou demande en toute liberté, sans contrainte formelle.

Pour les marchés peu organisés il existe bien sûr des règles générales qui sont censées s'appliquer (le droit commercial) mais aucune règle spécifique. Les échanges de voitures d'occasion entre particuliers sont un exemple de marché peu organisé.

- ✓ À l'autre extrémité on trouve des marchés très organisés comme par exemple les bourses de valeur, où s'appliquent des règles très précises et où on doit recourir à des intermédiaires pour réaliser des opérations.
- ✓ Il y a aussi des marchés illicites (commerce d'organes, de produits dopants ou de drogues, etc.) ; il s'agit bien de marchés à part entière, qui ont souvent leurs propres règles de fonctionnement.

Les marchés se différencient aussi les uns des autres par leur importance : nombre d'agents concernés, étendue géographique, sommes échangées. Le marché mondial du pétrole d'un côté, et le marché des skate-boards à la sortie d'un lycée de l'autre côté, illustrent bien la présence d'écarts énormes. Se peut-il qu'ils soient régis par les mêmes lois?

2. Position et actions des agents

Une autre dimension de la diversité des marchés est la variabilité du pouvoir dont disposent les agents. On peut illustrer cela par la position des agents vis-à-vis de la variable fondamentale qu'est le prix auquel seront échangés les biens.

i. Les preneurs de prix

Un pouvoir quasiment nul existe pour un agent économique, vendeur ou acheteur potentiel, qui n'a aucun pouvoir de discussion ou de manipulation du prix. On dit alors que cet agent est preneur de prix et on évoque le caractère paramétrique²⁴ des prix : ceux-ci sont en effet un paramètre de l'action de cet individu ou firme.

Les achats dans un supermarché, l'acquisition d'un billet de train, et de multiples autres situations, mettent le consommateur en position de preneur de prix ; côté offreurs, un producteur de fruits ou de légumes en gros est généralement obligé d'accepter les prix proposés par l'expéditeur.

Le consommateur est évidemment libre de changer de supermarché, le voyageur peut décider qu'il préfère se déplacer en voiture plutôt qu'en train, etc.

L'état de preneur de prix doit être associé à des décisions de marché à court terme, où l'environnement de l'agent ne peut être modifié de fond en comble.

ii. Les faiseurs de prix

Sur certains marchés qualifiés d'imparfaitement concurrentiels, il existe un ou plusieurs agent(s) ayant le pouvoir de déterminer le prix pour un ensemble des transactions. Il s'agit souvent d'agents de grande taille : exemple à Madagascar, la JIRAMA ou (Jiro sy Rano Malagasy) fixe les prix de leurs prestations ; mais beaucoup de commerçants, même de très petite taille, en font autant pour leurs échanges.

Des acheteurs aussi peuvent disposer du pouvoir de déterminer les prix ; on accuse ainsi les centrales d'achat²⁵ des groupes de super- de fixer les prix pour les achats des différents magasins, les fournisseurs étant réduits à accepter les conditions qui leur sont proposées – ou à cesser leurs activités. Les grandes surfaces auraient alors le double pouvoir de déterminer leurs prix d'achat **et** leurs prix de vente !

Il faut distinguer, du côté des faiseurs de prix, le cas des agents qui déterminent le prix de leurs transactions (cas le plus fréquent, y compris celui des centrales d'achat qu'on vient d'évoquer) de celui où un seul offreur ou demandeur aurait le pouvoir de fixer le prix pour toutes les transactions sur le marché considéré, y compris celles de ses concurrents.

²⁴ "GUERSNERIE R., « l'économie de marché », 1996, Paris : Flammarion

²⁵ Ibidem

iii. Les négociations sur les prix

Une situation plus équilibrée est celle où les prix sont négociés, vendeur et des acheteurs potentiels discutant sur un pied d'égalité. La négociation ne se fait qu'en petit nombre (deux agents ou deux blocs d'agents peu nombreux), et son résultat reste souvent ignoré des autres agents du marché considéré, elle n'aura donc pas beaucoup d'influence sur les natures transactions.

iv. Les chercheurs de prix

Une dernière éventualité a donné lieu à de nombreuses analyses intéressantes (théorie de la recherche d'information) : c'est le cas – déjà suggéré en étudiant les preneurs de prix – où des agents sont relativement impuissants à influencer les prix mais peuvent rechercher le meilleur des prix que proposent différents vendeurs (ou acheteurs) avec lesquels ils pourraient traiter.

Un particulier qui souhaite acheter un sac de riz a la possibilité de visiter les différents revendeurs de sa région, pour trouver celui qui est le moins cher. Mais comme chaque visite lui prend du temps, de l'énergie et peut-être aussi de l'argent, son intérêt n'est sans doute pas de visiter tous les revendeurs ; un calcul économique permet (selon les hypothèses particulières que l'on pose) de spécifier un comportement optimal de recherche d'information.

D. Echanges marchands dans le marché

Pour Adam Smith, l'homme se distingue de l'animal par son aptitude à échanger²⁶. Un échange marchand est un échange dont les termes sont clairement définis et résultent d'un accord entre les parties prenantes. Notre définition est alors proche de celle proposée par Michel Callon : « *Les marchés concrets [sont] des dispositifs collectifs organisés qui calculent des compromis sur la valeur des biens*²⁷. »

Cette définition de l'échange marchand est certainement discutable, mais toute définition le serait autant. L'important pour nous, à ce stade du raisonnement, n'est pas d'énoncer des vérités définitives, sur la nature du marché mais de définir clairement les termes que nous utilisons.

L'échange marchand consiste à échanger un bien moyennant une somme d'argent équivalent au prix fixé par le marché. Formalisé par le droit, le vendeur ne peut en aucune façon refuser de vendre ce bien à un éventuel acheteur. Argent contre bien, la réciprocité est instantanée. Pour Adam Smith, l'individu se spécialise et en ayant la possibilité d'acheter son matériel chez le commerçant ou l'artisan, il devient d'avantage productif. Les individus d'une

²⁶ Smith Adam (1776), *Recherche sur la nature et les causes de la richesse des nations*.

²⁷ CALLON M., LATOUR B. (1997), Tu ne calculeras pas ! Ou comment systématiser le don et le capital, *Revue du MAUSS* semestrielle, 9, p. 45-76

société échangent entre eux, en vue d'optimiser leur intérêt, et de ce fait ils participent à l'intérêt et à la cohésion de la société²⁸. Cette doctrine sert de référence à bons nombres de sociologues et d'économistes. L'échange marchand résulte de l'intérêt qui mue chaque individu. Le rapport économique introduit généralement la rupture du lien établi entre l'acheteur et le vendeur sitôt l'échange réalisé. La liberté des contractants s'obtient au détriment de la socialisation. La rupture se concrétise traditionnellement par le paiement. "Mais il permet d'affirmer une relation d'alliance qui déborde le cadre strictement économique, pour investir le champ du social par l'affirmation du partage des valeurs communes"²⁹.

L'échange marchand peut impliquer l'existence d'une relation de confiance entre les acteurs de l'échange. Elle se construit durablement par le mécanisme de l'échange. Il inclut la notion de fidélité. Par son aptitude à mettre les acteurs de l'échange en position de partenaires, l'échange marchand contribue d'une certaine manière à mettre les individus étrangers les uns des autres, en contact. Les liens de clientèle qui unissent le client à son boulanger sont fondés sur la confiance et la fidélité. L'échange marchand intègre une dimension sociale.

²⁸ Ibidem

²⁹ CHANTELAT P. « La nouvelle sociologie économique et le lien marchand : des relations personnelles à l'impersonnalité des relations », *Revue française de sociologie*, p. 521-556.2002.

E. Équité commerciale / Iniquité commerciale

Le commerce équitable est un système d'échanges combinant des critères économiques, sociaux, environnementaux et une action à la fois commerciale, éducative et politique dans le but d'instaurer plus de justice dans les rapports commerciaux au niveau national qu'international.

L'équité est selon les définitions proposées par le Vocabulaire Technique Critique de la Philosophie de LALANDE: « *Sentiment sûr et spontané du juste et de l'injuste; en tant surtout qu'il se manifeste dans l'appréciation d'un cas concret et particulier*³⁰.

« *Spécialement, dans le droit, l'équité s'oppose à la lettre de la loi, ou à la jurisprudence.*»

LALANDE précise par ailleurs que l'équité est la « *sûreté du jugement dans l'appréciation de ce qui est dû à chacun*³¹ »

Définition du commerce équitable proposée par la loi du 2 août 2005 en faveur des petites et moyennes entreprises

- Le commerce équitable s'inscrit dans la stratégie nationale de développement durable.
- Au sein des activités du commerce, de l'artisanat et des services, le commerce équitable organise des échanges de biens et de services entre des pays développés et des producteurs désavantagés situés dans des pays en développement. Ce commerce vise à l'établissement de relations durables ayant pour effet d'assurer le progrès économique et social de ces producteurs.
- Les personnes physiques ou morales qui veillent au respect des conditions définies ci-dessus sont reconnues par une commission dont la composition, les compétences et les critères de reconnaissance des personnes précitées sont définis par décret en Conseil d'Etat. ».

Ces différentes acceptions peuvent être rapprochées des définitions générales proposées dans des dictionnaires usuels. Selon Le Petit Robert (Edition 1979), l'équité est : « 1° *Notion de justice naturelle dans l'appréciation de ce qui est dû à chacun ; (...) ; 2° Conception d'une justice naturelle qui n'est pas inspirée par les règles du droit en vigueur*³²».

Ces définitions supposent que toute mesure réglementaire prise d'autorité pour améliorer la justice naturelle de certains individus ou de certains groupes de la société, et qui pourrait se traduire par la limitation du droit naturel ou des acquis d'autres individus ou d'autres groupes de la société, ne serait pas de l'équité.

³⁰ LALANDE « Vocabulaire technique critique de la philosophie » PUF 1988, 16ème édition, pp 295/296)

³¹ Ibidem

³² Le petit Robert

Sous l'éclairage de ces définitions, envisager le concept d'équité selon le système commercial des échanges marchands reviendrait à se demander si la part qui y est offerte effectivement à chacun (individus ou groupes d'individus ayant les mêmes caractéristiques) est « juste » ou « injuste ».

En ce sens, la répartition des richesses ou des plus-values doit viser plus de justice sociale, tout comme la répartition des sacrifices entraînés par les difficultés économiques et par les déficits devra tenir compte de critères d'ordre social, moral et éthique. Autrement dit, les manifestations tangibles et concrètes de l'idéal démocratique ne devraient pas être proportionnelles au niveau de développement économique.

Iniquité commerciale – Origine d'étude

La première est celle d'Arghiri Emmanuel, « le théoricien de l'échange inégal ³³ ». Pour lui, la réponse est le niveau de salaire. Il considère, qu'au centre, ce sont les facteurs institutionnels et les négociations (particulièrement au travers des syndicats) qui fixent le niveau des salaires et que ceux-ci déterminent les prix, et non l'inverse. Le capital est supposé être mobile; on a donc une certaine tendance à la péréquation des taux de profit au centre et à la périphérie. Mais selon lui, les circonstances historiques ont fait que les salaires du centre sont plus élevés que ceux de la périphérie et que le différentiel des niveaux de salaires est plus important que le différentiel des productivités du travail. Les hauts niveaux de salaires du centre, combinés à un taux de profit partout identique, contribuent à ce que les prix du centre soient élevés et génèrent ainsi l'échange inégal. Dans ce cadre, si les pays du centre avaient à fournir eux-mêmes les produits importés de la périphérie, ils les fabriqueraient avec des salaires beaucoup plus élevés et, par conséquent, ils auraient à payer plus pour les obtenir. Ceci s'applique même après ajustement des différences de productivité parce que le différentiel entre les taux de salaires est de toute façon plus grand que celui des productivités du travail. On notera que, tout comme les structuralistes, Emmanuel ne dit à aucun moment que les pays de la périphérie ne tirent pas profit du commerce international mais plutôt que la répartition des gains est toujours favorable aux pays du centre.

En milieu rural

A cet égard, notre étude s'étend jusqu'à l'économie familiale rurale. Par analogie aux analyses précédentes d'Arghiri Emmanuel, comprendre les enjeux du commerce inéquitable

³³ In SAMIR A., Le développement inégal. Essai sur les formations sociales du capitalisme périphérique, Paris, Ed. De Minuit, 1973. P 53

au sein de l'économie familiale rurale à travers leurs impacts sur les communautés paysannes élucide les mécanismes de dépendance dont les Pays sous développés comme Madagascar sont condamnés par le mécanisme de l'échange inégal. L'iniquité commerciale se montre à travers le système de l'échange et nous avons essayé d'en présenter localement c'est-à-dire à travers les flux d'échange des communautés paysannes.

II. LES INSTRUMENTS D'ANALYSE

a. Sociologie compréhensive de Max Weber

Weber étudie les conditions culturelles et institutionnelles ayant favorisé l'éclosion du capitalisme occidental. Sa recherche sur les origines du capitalisme devient recherche sur les origines de la **rationalisation** occidentale. Il appelle '**capitalisme moderne**³⁴' la forme d'organisation économique qui permet la satisfaction des besoins à travers des entreprises privées produisant des **biens** pour le marché sur la base d'un **calcul de rentabilité** du capital à investir (attentes de profit) et employant une force de travail salariée formellement libre. Trois éléments distinguent le capitalisme moderne des autres types de capitalisme ayant existé en Occident, au Moyen Orient et en Asie ainsi que des formes d'organisation économiques non capitalistes :

- (1) la satisfaction des besoins par le biais du marché ;
- (2) la rationalisation du calcul (comptabilité, séparation juridique entre l'entreprise et le patrimoine familial de l'entrepreneur) ;
- (3) l'organisation rationnelle du **travail salarié formellement libre**.

Pour Weber, la recherche du profit, et avec elle le calcul de rentabilité du capital, n'est pas un élément propre au capitalisme. Ce qui distingue le capitalisme moderne, c'est que la recherche du profit se fait à travers un **calcul systématique et rationnel**, dans la sphère de la production pour le marché, avec une forme de travail salarié. Les **formes traditionnelles de capitalisme** se manifestent dans le commerce des biens et dans le crédit - en particulier avec les étrangers - quand elles sont orientées par les opportunités de profit offertes par le marché (opportunités économiques) ou par les opportunités politiques. À l'exception du commerce et du crédit, ces formes sont surtout politiques : usage de la force, ressources garanties par l'Etat. Il définit l'**action entrepreneuriale** comme la conduite orientée de manière autonome sur la base du calcul du capital. Elle vise à accroître le pouvoir de disposition de l'entrepreneur sur certains biens ou renvoie au désir d'acquisition qui se réalise par la recherche de profit et le calcul du

³⁴ WEBER (M). 'Economie et société', édition de poche, Pocket, 1921.p 72

capital. Mais l'**orientation acquisitive** peut dépendre de la possibilité d'achat sur le marché ou être de nature politique.

Weber distingue **entrepreneurialité économique** et **entrepreneurialité politique**³⁵. Il définit deux concepts de capitalisme, l'un **extensif**, qui englobe les formes traditionnelles et modernes ; l'autre, **limité**, désigne les formes économiques commerciales, créancières et industrielles. Le **capitalisme industriel**, trait distinctif du capitalisme moderne, est une forme d'organisation économique qui exploite les opportunités de profit déterminées par le marché des biens et localisées non seulement dans la sphère de la circulation (capitalisme commercial et financier) mais aussi dans celle de la production. Pour éclairer la spécificité du développement occidental par rapport aux autres capitalismes (**aventurier, guerrier, politique, commercial**), Weber procède à une étude historique comparée. Il établit un lien entre forme de capitalisme et éthique religieuse et étudie l'**éthique économique du protestantisme**³⁶ ainsi que celles des autres religions universelles (confucianisme et taoïsme, hindouisme et bouddhisme, judaïsme antique, christianisme, islam). Selon lui, dès le 5e siècle, il se produisit un phénomène qu'il nomme '**désenchantement du monde**', lié à l'émergence des religions mondiales dans les grands **empires bureaucratiques** (Chine, Inde) et les micro-Etats (Grèce, Palestine). Mais pour que les **besoins** soient satisfaits pas le capitalisme, il faut des conditions particulières. Ces conditions de possibilité de satisfaction des besoins par le capitalisme, Weber les conçoit essentiellement comme des **conditions de possibilité du calcul rationnel** ; elles définissent un '**idéaltipe**'³⁷ :

- (1) l'appropriation des moyens de production par l'entrepreneur, à travers la propriété privée ;
- (2) la liberté de marché, qui permet le calcul du rendement ;
- (3) l'existence d'une force de travail formellement libre, pour permettre le calcul du coût du travail ;
- (4) une technologie rationnelle, nécessaire également pour le calcul des coûts ;
- (5) la **commercialisation** (ou **marchandisation**) de l'économie ;
- (6) l'existence du **droit** rationnel (Etat et ordre juridique).

Weber veut montrer que les conditions culturelles et institutionnelles qui ont permis l'émergence du capitalisme moderne sont typiquement occidentales : l'influence d'une éthique économique d'origine religieuse sur l'entrepreneurialité ; la ville occidentale ; l'Etat

³⁵ TESTART A. « Echange marchand, échange non marchand », *Revue Française de Sociologie*, 42, p. 719-748. 2001.

³⁶ WEBER M., *L'éthique protestante et l'esprit du capitalisme, suivi d'autres essais*, Paris : Bibliothèque des Sciences Humaines, NRF Gallimard.1905.

³⁷ FREUND (J)., *La sociologie de Max Weber*, PUF, Paris, 1968.

rationnel ; la science rationnelle. S'il y eut des facteurs complémentaires - guerre, conquêtes coloniales, afflux de métaux précieux, demande de biens de luxe de la Cour, position géographique - ils ne furent pas décisifs. Pour Weber, le capitalisme moderne est un phénomène occidental, son émergence est liée en particulier à l'éthique protestante.

b. « Structuralisme constructiviste » ou « constructivisme structuraliste » de Pierre Bourdieu

Bourdieu est l'héritier de la sociologie classique, dont il a synthétisé, dans une approche profondément personnelle, la plupart des apports principaux.

Ainsi de Max Weber, il a retenu l'importance de la dimension symbolique de la légitimité de toute domination dans la vie sociale ; de même que l'idée des ordres sociaux qui deviendront, dans la théorie bourdieusienne, des *champs*. De Karl Marx, il a repris le concept de *capital*, généralisé à toutes les activités sociales, et non plus seulement économiques. D'Émile Durkheim, enfin, il hérite un certain style *déterministe* (principe de causalité) et, en un sens, à travers Marcel Mauss et Claude Lévi-Strauss, *structuraliste*³⁸.

L'œuvre de Pierre Bourdieu est construite sur la volonté affichée de dépasser une série d'oppositions qui structurent les sciences sociales (subjectivisme/objectivisme, micro/macro, liberté/déterminisme), notamment par des innovations conceptuelles. Les concepts d'*habitus*, de *capital* ou de *champ* ont été conçus, en effet, avec l'intention d'abolir de telles oppositions.

Ainsi, dans *Choses dites*, Bourdieu propose de donner à sa théorie sociologique le nom de « structuralisme constructiviste » ou de « constructivisme structuraliste »³⁹. Dans ces expressions s'affichent cette volonté de dépassement des oppositions conceptuelles fondatrices de la sociologie : en particulier ici celle opposant le structuralisme, qui affirme la soumission de l'individu à des règles structurelles, et le constructivisme, qui fait du monde social le produit de l'action libre des acteurs sociaux. Bourdieu veut ainsi souligner que, pour lui, le monde social est constitué de structures qui sont certes construites par les agents sociaux, selon la position constructiviste, mais qui, une fois constituées, conditionnent à leur tour l'action de ces agents, selon la position structuraliste. On rejoint ici, par d'autres termes, ce que la sociologie anglo-saxonne appelle l'opposition « structure/agency » (agent déterminé entièrement par des structures le dépassant/acteur créateur libre et rationnel des activités

³⁸ « Les théories sociologiques ». <http://fr.wikipedia.org>.

³⁹ Pierre Bourdieu, *Les structures sociales de l'économie*, Paris, Seuil, coll. « Liber », 2000, 289 p.

sociales) dont la volonté de dépassement caractérise particulièrement le travail conceptuel de Bourdieu.

Principaux concepts

Riche de plus de trente livres et de centaines d'articles, l'œuvre de Bourdieu aborde un nombre très important d'objets empiriques. Elle est toutefois ordonnée autour de quelques concepts directeurs :

- centralité de *l'habitus* comme principe de l'action des agents dans le monde social ;
- un monde social divisé en *champs*, qui constituent des lieux de compétition structurés autour d'enjeux spécifiques ;
- un monde social où la *violence symbolique*, c'est-à-dire la capacité à perpétuer des rapports de domination en les faisant méconnaître comme tels par ceux qui les subissent, joue un rôle central.
- L'œuvre de Bourdieu débouche, enfin, sur une théorie de la société et des groupes sociaux qui la composent. Celle-ci entend montrer :
 1. comment se constituent les hiérarchies entre les groupes sociaux ;
 2. comment les pratiques culturelles occupent une place importante dans la lutte entre ces groupes ;
 3. comment le système scolaire joue un rôle décisif pour reproduire et légitimer ces hiérarchies sociales (Une théorie de l'espace social).

Concernant la dimension de l'œuvre de P. Bourdieu, l'économie occuperait une place relativement secondaire dans ses œuvres (au profit en particulier, de l'éducation, de la culture, de la littérature, etc.), au contraire, **l'anthropologie économique** est le premier domaine au sein duquel s'est déployée la pensée de P. Bourdieu, comme l'indique la présence dans « sociologie de l'Algérie », son premier ouvrage, d'un chapitre consacré à l'attitude des Algériens face au temps⁴⁰ qui sera quelques années plus tard un thème central de son analyse de *l'habitus économique* traditionnel et des conditions économiques et sociales de possibilités du comportement économique rationnel⁴¹.

⁴⁰ BOYER R. « L'anthropologie économique de Pierre Bourdieu », Actes de la recherche en sciences sociales 5/2003 (n° 150), p. 65-78.

⁴¹ BOURDIEU P., « Sociologie de l'Algérie », Paris, PUF, coll. « Que sais-je ? », 1958

Ainsi, la « la sociologie économique » telle que P Bourdieu la pratique est une façon de repenser radicalement l'ordre économique en tant qu'univers relativement autonome au sein du monde social.

Les apports de ces deux auteurs nous permettent d'appréhender les réalités sociales observées dans notre terrain de recherche. Nous optons sur ses analyses et ses l'appréhension des phénomènes sociales en général. Nous allons voir dans ce cas comment reflète les dimensions théoriques de ces deux auteurs dans la réalité concrète. Etant donné que ces analyses sont nos guides de réflexion, notre recherche est donc un moyen de vérifier les théories de ces deux auteurs. C'est à partir de ces théories que vont donc dérouler la méthode de notre recherche.

L'étude théorique que nous avons fait jusqu'ici, bien que non exhaustive, a permis d'une part de définir les principaux concepts à travers les définitions opérationnelles données à chaque terme de l'objet d'étude et d'autre part, de dégager les instruments d'analyse dont nous avons choisi pour orienter théoriquement cette recherche. Bien que la sociologie ait pour ambition de rendre visibles et compréhensibles des phénomènes sociaux qui ne sont pas immédiatement apparent, cette étape de recherche permet de mettre en exergue les activités sociales qui se présentent comme un réseau de relation spécifique. Il s'agit donc d'une limitation du champ de la recherche afin de déterminer les phénomènes à observer sans à anticiper sur les résultats.

A la lumière de ces repères théoriques, nous pouvons initier aux recours des informations nécessaires suivant les objectifs fixés. Nous allons présenter la monographie du terrain pour pouvoir référencier sur quelles champs d'investigation la recherche a été identifiée. C'est à partir de notre objectif, de nos hypothèses ainsi que notre problématique énoncée préalablement que la présentation du terrain va dérouler. L'étude exhaustive de ce terrain est impossible à formuler donc, le choix dépend et en rapport direct avec l'objet de recherche.

CHAPITRE II : ETUDES MONOGRAPHIQUES

Il est nécessaire pour nous de montrer un survol non exhaustif du cadre monographique. Il ne peut être en question en quelques pages de retracer tout ce qui pourrait être dit. Nous essayerons de donner l'essentiel en rapport avec le but fixé.

I. SITUATION HISTORIQUE ET GEOGRAPHIQUE

a) Repère historique de la zone

Au temps d'Andrianampoinimerina, il y a 3 siècles de cela, les Merina ont rejoint les Sihanaka, population d'origine du District Anjozorobe dont fait partie la commune Alakamisy. Frappé par la splendeur de son paysage, le roi Andrianampoinimerina y a établi son lieu de retraite où il venait se ressourcer, loin des tumultes de la capitale Antananarivo. Alakamisy est également un haut-lieu du nationalisme malgache. Les forêts de roseaux qui cachaient le fleuve de Mananara servaient de refuge aux Menalamba dirigées par Rabezavana. C'est à Anjozorofady, à quelques kilomètres au sud d'Anjozorobe, que Rabezavana et ses acolytes ont arrêté le prêtre bienheureux Jacques Berthieu avec la ferme détermination de lui faire abjurer sa foi chrétienne. Son refus catégorique entraînera son martyr; son corps est jeté dans le fleuve Mananara le jeudi, qui traverse la commune Alakamisy.

b) Cadre géographique et délimitation administrative

En résumant la commune d'Alakamisy se trouve :

Région : Antananarivo

District : Anjozorobe

Commune : Alakamisy

Catégorie : Commune Rurale

Communes voisines :

☐ Au Nord : Anjozorobe

☐ Au Sud : Ambongamarina

☐ A l'Est : Tsarasaotra

☐ A l'Ouest : Mangamila

Distance au chef lieu de District : 20 Km

Distance à l'axe routier principal : 12 Km/RN

Superficie : 92,38 Km²

Nombre de Fokontany : 5

Dans ces fokontany se répartissent à leurs tours 9 hameaux. Ces derniers se concentrent plutôt dans la partie Ouest de la Commune. Cette configuration est illustrée dans la carte (annexe).

II. DONNEES PHYSIQUES ET ECOLOGIQUES

❖ Relief

Sur le plan écologique elle présente un profil qui se rattache à l'ensemble des hautes terres. En effet son relief est constitué par une vaste plaine avec quelques basses collines et de montagnes couvertes de forêt dans la partie Est et Nord-Est. Cette structure représente des bassins versants.

Les sols sont généralement de type latéritiques ou ferrallitiques rouges ou jaunes et la végétation est constituée de savanes arborées et/ou herbeuses. Les bas-fonds sont constitués de sols tourbeux enrichis par les apports annuels des cours d'eau, formant des marais et des marécages aménageables en rizières. Les sols peuvent être également alluvionnaires-hydromorphes dans la partie Ouest. Grâce à la diversité des sols et du Climat, il est possible de pratiquer des cultures aussi bien tropicales que tempérées.

❖ Végétation

La végétation principale est mi-altitude, forêt à feuilles persistantes dense et humide. Les genres typiques d'arbre dans la verrière sont Canarium, Dilobeia, Diospyros, Eugenia, Protorhus, Sloanea, Schefflera, Tambourissa et Weinmannia. La mi-strate inclut des arbres/arbustes (Croton, Oncostemum, Vernonia), des arbre-fougères Cyathea et le Pandanus de vis-pins.

❖ Climat

La zone présente un climat du type tropical d'altitude à deux saisons bien distinctes :

- Une saison sèche et froide de Mai en Aout
- Une saison chaude et pluvieuse de Novembre en Avril
- En général, le climat est tempéré et humide dans l'ensemble de la zone.
-

❖ Température

Dans l'année, la température varie entre un minimum de 7,2°C et un maximum 28,5°C. La station d'Alakamisy ZP situe les températures entre 20,9°C et 14,1°C avec respectivement Décembre et Juillet comme limites maximale et minimale. La température annuelle est inférieure ou égale à 20°C. Ce qui est favorable aux cultures de contre saison comme la pomme de terre, l'Haricot et d'autres cultures maraîchères.

❖ Pluviométrie

Le pluviomètre annuelle moyenne tourne entre 17 mm (Juin – Juillet) et 184 mm (Février – Mars) selon les données de la Monographie du District d’Anjozorobe. Quant aux données sur la pluviométrie de la Direction de la Météorologie et de l’Hydrologie d’Antananarivo – Ampandrianomby en juin 2011, elles sont récapitulées comme suit :

Tableau 1: Pluviométrie annuelle

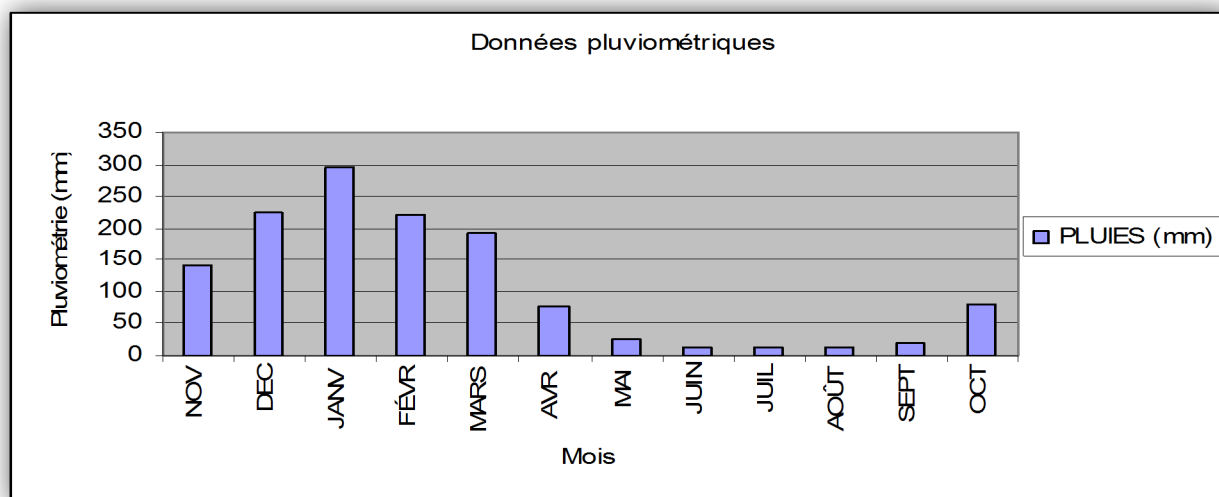
STATION	ALTITUDE	PERIODE	PLUIE ANNUELLE	Nb de MOIS SEC (*)
Alakamisy	1150	61-90	1233,3	4

Source : monographie d’Alakamisy (2011)

(*) Mai, juin, juillet, août, septembre représentent les mois les plus secs.

Pendant la première moitié de l’année hydrologique, les précipitations sont abondantes. Les pics s’observent au premier trimestre de l’année. La commune bénéficie d’assez de pluies pour les cultures surtout de saison comme le Riz.

Graph 1 : Données sur la pluviométrie



Source: Monographie d’Alakamisy (2011)

❖ Fléaux naturels

Les cyclones (ELITA et GAFILO en 2004, GERALDA en 1986), la grêle et l’invasion des criquets (année 2000) constituent les principaux fléaux naturels, les premiers étant l’origine d’inondation et les seconds causent des dommages importants au niveau des cultures.

En 2010, l'abondance des grêles a causé d'énorme dégât sur l'agriculture (surtout le Riz) surtout dans la zone faisant partie la commune.

❖ Lacs et marécages

La commune Alakamisy présente une diversité de lacs et de marécages dont quelques uns sont référencés dans le tableau qui suit

Tableau 2: Les lacs et étangs au niveau de la commune

Nom du Fokontany	Lacs ou étangs
❖ Tafaina	Lacs d'Amparihin'Andriambavy
❖ Marovato	Etangs d'Ankisamahery

Source : monographie d'alakamisy (2011)

Photo 1 : La rivière de Mananara



Source : photo personnelle (Mai 2012)

Les lacs constituent une ressource naturelle importante pour la commune tant du point de vue exploitations des poissons que du point de vue touristique.

❖ Pâturages

Avec un total de 96.600 Ha de pâturages hors-forêts, la commune constitue une zone favorable à un élevage extensif de zébus dont le cheptel est estimé à 6149 têtes.

En effet, La commune rurale d'Alakamisy est une zone très riche en ressources naturelles capable d'alimenter la croissance économique et surtout dans les domaines

alimentaires et agricoles. Pourtant, les divers indicateurs économiques classent d'une manière sans appel le milieu rural Malgache la zone la plus touchée par le phénomène de la pauvreté. La pauvreté semble être donc agricole, et les pauvres semblent être les ménages vivant principalement de l'agriculture.

Force est de constater que le problème de la pauvreté rurale malgache ne se situe plus au niveau de la capacité de la production. La nouvelle approche développée actuellement pour lutter contre la pauvreté en milieu rural consiste à produire pour le marché. Ce qui signifie qu'il ne suffit plus de produire beaucoup sans se soucier des conditions d'écoulement des productions sur le marché.

Le développement rural apparaît donc crucial pour remettre Madagascar sur les rails de la prospérité et de la satisfaction du bien être de la population.

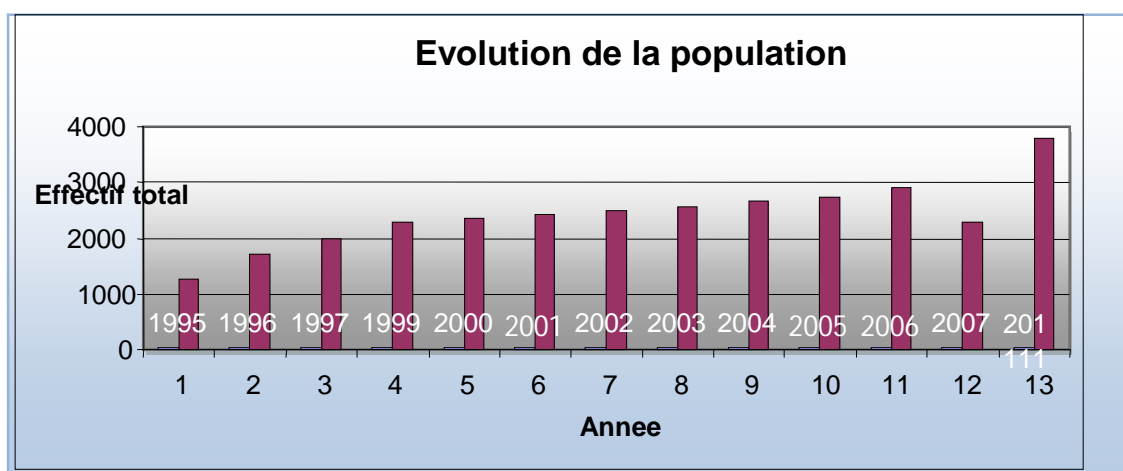
III. CARACTERISTIQUES SOCIODEMOGRAPHIQUES

A. Effectif et évolution de la population

Malgré le fait que la zone compte le moins de population parmi les communes du district tel qu'affirmé dans la Monographie du District Anjozorobe – UPDR Juin 2011, Alakamisy connaît une croissance démographique considérable car de 1465 en 2006 la population de la commune est passée à 3865 en 2011, donnant ainsi un taux de croissance global de 65,28% en 4 ans.

Le graphique suivant donne l'allure générale de l'évolution de la population de 1995 à 2011.

Graph 2 : Evolution de la population de 1975 à 2005



Source : Monographie de la commune Alakamisy (2011)

Le dernier Recensement de la Population et de l'Habitat au niveau de la commune datait de 2011. La population à cette époque était de 3857 habitants. Au milieu de l'année 2011, l'effectif de la population résidente au chef lieu de la commune est estimé à 2033 habitants, dont 48,5% du sexe masculin et 51,5% du sexe féminin⁴². Il s'agit de l'effectif de la population résidente, c'est-à-dire de toutes les personnes ayant résidé durant plus de six (6) mois dans le lieu. Le taux d'accroissement annuel moyen de la population est de l'ordre de 3,3%. La proportion des migrants est de 34,5%. Un peu plus de la moitié, 51,3% des habitants sont des Merina composant 98% de la population ; 7,8% des résidents sont originaires du Betsileo de Madagascar.

L'année 2011 connaît un accroissement très galopant de la population. Cela étant dû aux améliorations des infrastructures sanitaires de la commune. Voici un tableau montrant l'effectif de la population par tranche d'âge.

Tableau n°3: Effectif de la population par tranche d'âge

AGE	HOMMES	FEMMES	TOTAL	%
0- 4	237	235	472	12,23
5- 9	222	220	443	11,48
10-14	196	204	401	10,39
15-19	189	197	387	10,03
20-24	167	177	345	8,94
25-29	150	160	307	7,95
30-34	151	161	312	8,08
35-39	133	137	271	7,02
40-44	117	121	239	6,19
45-49	67	75	142	3,68
50-54	56	62	119	3,08
55-59	44	50	95	2,46
60-64	38	42	81	2,10
65-69	45	47	52	1,34
70-74	19	24	42	1,08
75-79	17	19	37	0,95
80et+	5	7	12	0,31
TOTAL	1849	1922	3857	100

Source : monographie de la commune Alakamisy (2011)

⁴² Monographie de la commune Alakamisy

Superficie : 92,38 km²

Densité : 41,71 habitants au km²

Chez les moins de 5 ans, on enregistre un peu plus d'hommes que de femmes. Par contre, au delà de 5ans, les femmes sont plus nombreuses que les hommes.

On peut dire aussi que la population de la Commune d'Alakamisy est une population jeune :

- 12,23 % sont des enfants de 0 à 5 ans,
- 31,90% des jeunes de 5 à 18 ans,
- 36,03% de 18 à 60 ans,
- 5,52% sont des personnes âgées plus de 60 ans.

On observe une légère prédominance du sexe féminin qui est de 50,18% par rapport au sexe masculin. Les femmes rurales ont une connaissance spécifique des ressources et des processus locaux. Elles sont également des gestionnaires expérimentées des ressources naturelles, et il convient de prendre en compte leurs connaissances et leur expérience spécifiques dans ce domaine ainsi que d'en tirer parti.

La mise en place de systèmes de subsistance durables nécessite un meilleur accès des femmes aux ressources naturelles productives, comme la terre, les forêts et l'eau, et leur participation aux processus de décision. Le renforcement du rôle des femmes, notamment dans la conduite des affaires publiques et communautaires, est déterminant pour la gestion des ressources naturelles. Les caractéristiques de la population par tranche d'âge montrent qu'il ne faut pas sous estimer chacun de ce tranche pour étudier les modes de vie de la population étant donné que chaque catégorie d'âge étant des parties prenantes aux activités commerciales.

Ci-dessous les données relatives à la situation démographique dans la Commune Rurale d'Alakamisy.

Tableau n°4 : L'effectif de la population par fokontany

Nom du fkt	Eff pop	Fréq	Nb még	Taille moy	Eff non actifs	Fréq	%	Eff actifs	Fréq	%
Antanatanana	528		105	5,6	197	0,11	37,12	331	0,29	62,88
Tafaina	202	0,07	52	6,4	105	0,06	52,04	97	0,08	47,96
Alakamisy	1033	0,71	308	5,3	955	0,54	47,11	1097	0,98	52,89

Ankahifotsy	831	0,29	198	6	349	0,20	42,02	482	0,	57,98
Marovato	263	0,09	82	5,1	134	0,07	51,13	129	0,11	48,87
Total	2857	1	745	5,68	1740	1	45,88	1117	1	54,12

Source : monographie de la commune Alakamisy (2011)

La population est jeune : les moins de 20 ans représentent près de la moitié de l'effectif total de la population 39,09%.

Chez les moins de 5 ans, on enregistre un peu plus d'hommes que de femmes. Par contre, au delà de 5ans, les femmes sont plus nombreuses que les hommes.

a. La population active

Le fokontany Alakamisy est le plus peuplé de la commune et ayant des ménages nombreux du fait de son position géographique par rapport aux autres fokontany. C'est le lieu ou toute l'infrastructure émise par l'Etat se trouve étant donné qu'il est le chef lieu de la commune. On peut dire que la commune Alakamisy fait partie de la commune le moins peuplé de toutes les communes de Madagascar.

■ Nombre d'habitants : 3857

■ Densité : 41,71 habitants/Km²

■ Taille moyenne des ménages : 5,68

Comparé à la moyenne régionale de 89 habitants au Km, la densité de la population est moins élevée dans la Commune d'Alakamisy. Toutefois, cette densité est faible comparée à la densité démographique des communes environnantes. (Mangamila 75 habitants/Km²), ou (Tsarasaotra 81 habitants/km²⁴³).

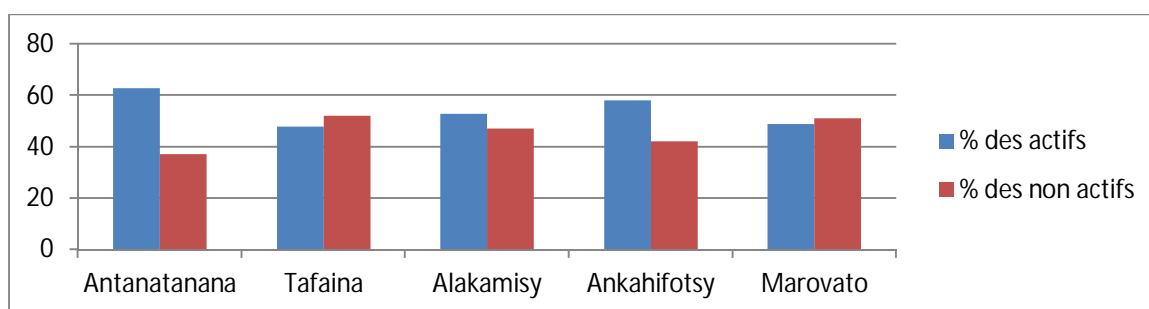
Les localités proches de la route nationale, du chef lieu de District et/ou à proximité des rivières et cours d'eau sont le plus peuplées.

La taille moyenne d'un ménage est de 5,68 pour l'ensemble de la commune. Le nombre de personnes dans un ménage est particulièrement important dans les Fokontany qui suivent : Tafaina, Ankahifotsy où la taille moyenne d'un ménage est de plus de 6.

La proportion de la population active si dessous montre que plus de la moitié de la population étant actif en termes de participation aux processus de production de la famille.

Voici histogramme montrant la proportion des actifs et non actifs par fokontany

⁴³ Monographie du District Anjozorobe (2011)

Graphe 3 : Proportion des actifs et non actifs dans la commune

Source : Monographie d'Alakamisy (2011)

La population active représente 69,12% dans la Commune rurale d'Alakamisy. Elle comprend les personnes qui prennent part aux activités de production tout en participant aux revenus de la famille. Ces personnes se prennent charge en général des activités agricoles. Il est à noter que même les étudiants, nous considérons comme des actifs si celle-ci sont en âge de prendre part aux productions et sont disponibles à travailler. Les enfants et les retraités, sont considérés comme inactifs au sens économique du terme.

99% des chefs de ménage sont actifs dans la Commune.

Le Fokontany d'Alakamisy possède le plus grand nombre de population et de ménages qui sont respectivement de 1033 et de 308. Ceci est à cause de sa superficie élevée et du nombre élevé de hameaux dans le Fokontany. Vient ensuite le Fokontany d'Ankahifotsy, avec une population de 831, répartie dans 198 ménages.

b. Caractéristiques démographiques de la population

C'est le Fokontany de Tafaina qui présente le plus faible nombre de population et de ménages à cause de son enclavement.

On peut dire aussi que la population de la Commune de Alakamisy est une population jeune :

- 15,12% sont des enfants de 0 à 5 ans,
- 43,30% des jeunes de 5 à 18 ans,
- 36,03% de 18 à 60 ans,
- 5,52% sont des personnes âgées plus de 60 ans.

On observe une légère prédominance du sexe féminin qui est de 50,18% par rapport au sexe masculin.

D'une manière générale, par rapport aux potentialités et aux écosystèmes mises en valeur de la zone, nous pouvons dire que les habitants dans ce commune peuvent vivre en économie de subsistance et en autoconsommation à condition que ces ressources soient exploités.

Voici quelques caractéristiques démographiques

- Nombre d'habitants : 2857
- Naissances : 38 en 2011
- Décès : 15 en 2011
- Taux de natalité 4,51% en 2011
- Taux de mortalité 0,89% en 2011
- Taux de croissance 3,19% en 2011

B. Les infrastructures existantes

Le paysage de la commune rurale d'Alakamisy est constitué par différentes infrastructures relatives à la dynamique sociale, économique et culturelle de ses habitants. Elles comprennent les infrastructures de base telles que les établissements scolaires, le centre de santé publique et les voies de transports terrestres mais aussi les institutions religieuses.

L'articulation entre les organisations de base, la commune et les programmes de développement est renforcée, comme outil de développement communal.

1. Sur le plan administratif

Tableau n°5 : Services techniques et administratifs dans la Commune

Responsabilités	Personnel	Nombre
Conseillers communaux	Président, rapporteurs, membres	07
Comité exécutif	Maire, Adjoint au Maire	02
	Secrétaire, Trésorier	01
Délégué administratif		01

(Source : Monographie de la commune Alakamisy, 2011)

2. Les établissements scolaires

Sur le plan éducatif, presque tous les fokontany constituant la commune possède une école primaire. En effet, sur les 5 fokontany, seul Ambohimandroso n'a pas encore d'école primaire publique (EPP). Les enfants de ces zones sont obligés de parcourir 35 mn de marche pour rejoindre l'école d'Alakamisy ou d'étudier dans les écoles privées payantes. Ces dernières qui sont également présentes dans quelques fokontany.

Celles-ci sont rattachées à des organisations chrétiennes : 1 au Fiangonan'i Jesoa Kristy eto Madagasikara (FJKM) ou Eglise de Jésus Christ à Madagascar 2 au Fiangonana katolika ou Eglise catholique. Pour le niveau secondaire, la commune ne dispose qu'un établissement du premier cycle situant au sein du chef lieu de la commune qui étant Alakamisy. Au total, la commune possède 7 établissements scolaires dont 1 pour le préscolaire 5 pour le primaire et 1 pour le niveau secondaire du premier cycle.

La non fréquentation de l'école pour les paysans s'explique par le fait que les enfants ne sont pas envoyés à l'école pendant les temps de crise ou même pendant toute l'année scolaire car ils constituent des mains d'œuvres potentielles pour la famille, et qui rapportent de revenus monétaire ou non. Ils sont alors sacrifiés et ne sont pas envoyés en classe en fonction des besoins de force physique pour les travaux agricoles.

Tableau n°6 : Les établissements scolaires

	Précolaires		Primaires		Secondaires 1 ^{er} cycle		Total
	Public	Privé	Public	Privé	Public	Privé	
Nombre de bâtiments	0	1	4	2	2	0	09
Effectifs des élèves		30	1107	275	189	0	1601
Nombre d'enseignants		1	18	5	6	0	30
Nombre d'enseignants sous la charge du FRAM		1	11	4	4	0	20
Nombre de salles utilisées		1	14	9	4	0	28
Taux de réussite en CEPE et BEPC			62%	75%	38%		

Source : PCD de la Commune Rurale d'Alakamisy (2011)

Si le taux de scolarisation chez les enfants de 4 à 6 ans est de 51,2% pour l'ensemble de la commune, il est de l'ordre de 83,4% pour la Commune. Toutefois, le taux

de fréquentation scolaire varie d'un fokontany à l'autre (plus de 90% dans le fokontany d'Alakamisy, 76% dans le fokontany de Marovato). Actuellement, le taux de scolarisation est évalué à 87% dans la commune.

Dans la Commune, 18% de la population n'ont jamais été à l'école. Deux individus sur cinq ont le niveau primaire ; un peu plus de deux individus sur cinq, (43%), ont le niveau secondaire. Très peu, (5% à peine), sont du niveau supérieur⁴⁴.

Le manque d'infrastructure éducative témoigne de la carence en matière d'infrastructure publique dans le quartier. Dans le cas présent, ces manques vont se répercuter dans la vie des ménages soit par augmentation des budgets alloués à l'éducation, soit l'allongement du trajet quotidien des enfants.

Il est aussi à noter le niveau d'éducation formelle des parents qui témoigne aussi la légère prédominance des techniques agricoles traditionnelles. Ils ont influencé par leurs pratiques et refusent toute autre innovation de technique due à la persistance des valeurs traditionnelles.

3. Les institutions religieuses

Tableau n°7 : Les institutions religieuses

Types de religion	Nombre	Nombre de pratiquants
- Catholique	4	2011
- FJKM	3	1402
- Adventista	1	444
Total	8	3857

Source : Monographie de la commune Alakamisy (2011)

Concernant la religion, le christianisme domine dans cette zone. Ainsi les édifices culturels catholiques et protestants ont une présence remarquable. 8 Eglises sont réparties dans les 5 fokontany pour accueillir les 3857 pratiquants. Les cinq principales orientations religieuses les plus apparentes sont : l'Eglise catholique, le FJKM et l'Adventiste. Toutefois des mouvements sectaires tels que l'Assemblée de Dieu et le Jesosy Mamonjy l'Eglise Rhéma commencent aussi à gagner du terrain.

Les doctrines religieuses offrent aux croyants toute une gamme de compensations afin de justifier les situations du monde d'ici-bas : engagement en faveur d'une transformation ultérieure de la société, promesses de renaissance ou assurance, enfin, d'une rédemption dans l'au-delà. En explorant les conditions d'émergence, de diffusion et les implications de ces différentes figures du religieux, M. Weber met en évidence leurs implications sur les

⁴⁴ Monographie du District Anjozorobe

comportements économiques. Il rappelle notamment ce résultat mis en évidence quelques années plus tôt dans *L'Éthique protestante et l'esprit du capitalisme*. Dans la mesure où il a promu des valeurs qui incitaient le puritain à vivre son travail comme une vocation (*Beruf*), à adopter un comportement ascétique..., le protestantisme a été un vecteur favorable au développement du capitalisme moderne.

4. Les institutions sanitaires

Le centre de santé de base niveau 1 a existé depuis 2000, il a été géré par un comité de gestion. Il employait 3 personnes dont un docteur et deux aides membres du Coges ou comité de gestion.

Le local du centre se divise en 3 salles :

- ✓ une salle de consultation du médecin
- ✓ une pharmacie
- ✓ une salle d'accouchement

5. Les routes

Les routes se divisent en deux grands types en fonction de leur communication avec le chef lieu de District : La route reliant Tanà et Anjozorobe : Il faut environ 2 à 3 heures de temps pour parcourir les 90 km séparant le chef lieu de District d'Anjozorobe au chef lieu de la Région Antananarivo. Concernant la commune, il faut environ 2 h jusqu'à la commune de Mangamila (35km) et c'est dans ce lieu qu'il faut partir pour parcourir 8 km séparant les deux communes.

Tableau 8: La Route nationale n°3

N° NATIONALE	ROUTE	ITINERAIRE	DISTANCE	ETAT
3		ANTANANARIVO – ANJOZOROBÉ	90	Bitumé en bon état

- Source : Monographie de la commune (2011)
- Les routes reliant le Chef lieu du District aux Communes sont en état carrossables ; certaines zones sont impraticables durant la saison des pluies.

6. Communication

- Seul le Chef lieu du District est couvert par les trois opérateurs téléphoniques existants dans notre pays. La commune d'Alakamisy et de Mangamila ont déjà des points d'appel du Groupe Orange actuellement. En outre, les habitants du District peuvent entendre les émissions des radios suivantes : RNM, la Radio Vakiniadina et la Radio Don Bosco.
-
- 7. Les structures d'appui au développement
-

Les principales sources de financement du District sont les Institutions financières mutualistes (il n'existe pas de banque). En outre, il y a aussi les ONG, les projets et programmes, et les Opérateurs économiques.

Le souci de plus d'efficacité, de meilleures performances des programmes de lutte contre la pauvreté dans le monde rural constituent la raison d'être de ces structures d'appui au développement avec la volonté de renforcer les partenariats.

- Tableau 09 : les structures d'appui au développement de la commune

Intervenants	Zone d'action	Domaine d'activités	Bénéficiaire éligible
L'OTIV RINDRA	CR Mangamila, Anjozorobe Betatao	Agriculture, élevage, habitation, commerce, transport, achat de mobilier	Les membres (au nombre de 3143, décembre 2008)
SAF/FJKM	District d'Anjozorobe	Intrants et matériels agricoles, GCV, structuration du Monde rural, Infrastructure	Les OP, les producteurs
SAHA/Imerina	Région Analamanga	-Accompagnement de processus multiacteur -Gouvernance locale -Groupe de travail -Valorisation des ressources naturelles	Les producteurs, , les Communes
ONG Fanamby	CR Anjozorobe et Mangamila et Alakamisy	Ecotourisme, Financement, Conservation environnementale	Producteurs
FRDA	Région Analamanga	Services agricoles en général : formation, approvisionnement,...	Les producteurs
PSDR	Région Analamanga	Agriculture, élevage, infrastructure	OP, Coopérative, Union

- Source : Monographie de la Commune Alakamisy
-
- Il y a différents structures d'appui au fonctionnement de la commune ; en général, celles-ci concernent plus particulièrement l'agriculture et l'environnement d'autant plus que la commune est connue par ces potentiels agricoles.
- Les aspects culturels
- Les aspects culturels auxquels les paysans accordent une importance prépondérante sont :

Le famadihana : c'est une pratique traditionnelle qui tient place tous les 5 ou 7 ans que la famille doit respecter malgré tous les problèmes quotidiens. Dès que la grande famille décide de le pratiquer, chaque famille doit honorer sa part en dépenses qui sont très importantes. Toutefois, une famille démunie pense que ses dépenses seront récompensées à la suite du famadihana du fait de la bénédiction des ancêtres.

L'habillement du 26 Juin : pour la majorité des paysans, étrenner un nouvel habillement pour la fête nationale est devenu une habitude. En effet, cette période se situe à la récolte du riz, et les paysans disposent des moyens pour en acheter.

Manger de la viande pendant les fêtes : il en est de même pour le repas des fêtes, les paysans riches ou pauvres mangent toujours de la viande lors des fêtes. Cela ne pose aucun problème pour les premiers, mais constitue par contre une casse tête pour les derniers qui cherchent tous les moyens même s'endetter pour se procurer de la viande

Le marché, « tsena » pour les jeunes : la fréquentation du marché est aussi un aspect auquel les paysans mettent une importance et cela dévient un aspect culturel. Les jeunes qui peuvent soit y vendre les produits, soit s'échanger des nouvelles, soit chercher des possibilités de travail, soit chercher des époux ou épouses.

Toutefois, même sans objectif précis, ils doivent aller au marché.

- LES CARACTERISTIQUES SOCIOECONOMIQUES

A. Les potentiels agricoles

Le secteur primaire occupe une place prépondérante dans la commune à plusieurs égards. L'agriculture et l'élevage fournissent des emplois à une population rurale qui représente 58 à 60 % de la population totale de Madagascar. Le secteur primaire fournit 70 à 80 % du PIB pourtant le potentiel n'est que très partiellement exploité et ce secteur devrait constituer le socle d'une politique de développement pour la plus part des communes situant dans le District Anjozorobe.

La communauté d'Alakamisy dispose d'un potentiel considérable, on estime que sur 9238 ha cultivables, seuls environ 30% sont effectivement exploités⁴⁵. Couvrant deux écosystèmes différents, écosystème vivrière, écosystème forestier, le territoire de la communauté sr prête à une grande variété de production. On peut les classer dans deux grands groupes : les cultures vivrières destinées à l'alimentation et les cultures de rente pour la vente.

Chaque fokontany pratique au moins une des principales cultures de rente comme nous le voyons au tableau ci-dessous.

Les principales filières destinées à la vente dans la commune

Les critères de sélection des cinq filières sont les suivantes :

- La possibilité d'extension de l'exploitation
 - Le nombre d'exploitants pour pouvoir toucher le maximum de bénéficiaire
 - Revenu apporté par la filière
 - Existence de débouché
 - la création d'emploi qu'elle engendre
- Les filières que nous avons choisies pour étudier le fonctionnement sont : le riz, le haricot, l'oignon. Ces filières apportent une contribution très importante aux revenus des ménages de ces communautés paysannes, c'est pour cela que nous avons pu connaître le processus de commercialisation de ces produits.
 - Voici un tableau qui montre les filières très exploités dans la commune.
 -

⁴⁵ Rapport de centre de service agricole (CSA) du District Anjozorobe

- Tableau 10 : les filières très exploitées dans la commune

- LE RIZ	
<ul style="list-style-type: none"> - Atouts - 	<ul style="list-style-type: none"> - Production de plus de 50000 T dans tous le District en 2011 - Les producteurs sont encore intéressés par les techniques améliorées - Existence de marché local voire national - Existence des infrastructures agricoles - Possibilité d'extension sur les versants surtout pour le Riz pluvial, et pratique de la Double riziculture envisageable sur les rizières à maîtrise d'eau.
<ul style="list-style-type: none"> - - Problématiques 	<p><u>Au niveau des producteurs :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Infrastructures hydro agricoles en mauvais état - Non maîtrise de l'eau due au manque d'entretien de réseau hydro agricole depuis l'année 80 et ce entraînant : - Utilisation des jeunes plants au cours du repiquage même en ligne via le problème imposé par le non maîtrise de l'eau - Faible adoption de la technique SRI (5% des exploitants) et maintien des techniques traditionnelles. - Insuffisance de matériels agricoles - Insuffisance d'encadrement technique, les paysans se contentent par la transmission du savoir faire technique des uns aux autres ; - Manque de professionnalisme - Absence d'assurance agricole, <p><u>Au niveau des collecteurs :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Mauvais état des routes pour l'écoulement du produit. - Collecteur clandestin -

<ul style="list-style-type: none"> - - Attentes des agents 	<ul style="list-style-type: none"> - Renforcement des infrastructures agricoles (barrage-canaux) - Promotion/formation sur SRI, SRA - Approvisionnement intrants et matériels - Encadrement et accompagnement des producteurs - Formation technique et Appui financier - Réhabilitation des infrastructures routières - Formalisation des activités des collecteurs
<ul style="list-style-type: none"> - LE HARICOT 	
<ul style="list-style-type: none"> - Atouts 	<ul style="list-style-type: none"> - Double pratique: - Culture de contre saison (sur rizière) - Culture pluviale sur Tanety - Potentialité en termes de surface - Source de revenu supplémentaire - Culture amélioratrice pour la structure pédologique - Produit non périssable et fortement apprécié par les ménages ruraux
<ul style="list-style-type: none"> - Problématiques 	<ul style="list-style-type: none"> - Maladie - Accès limité aux intrants et matériels - Techniques culturelles archaïques - Marché limité - Moyen financier insuffisant -
<ul style="list-style-type: none"> - Attentes des agents 	<ul style="list-style-type: none"> - Approvisionnement en produits phytosanitaires, aux techniques de protections des cultures, utilisation de semences améliorées résistantes aux maladies - Approvisionnement en intrants et matériels suivant les calendriers agricoles - Formation sur les techniques culturelles - Accès au Marché

	<ul style="list-style-type: none"> - Accès au crédit et au financement -
- L'OIGNON	
<ul style="list-style-type: none"> - Atouts 	<ul style="list-style-type: none"> - Potentiel de croissance rapide (culture de cycle court de 5 mois) - Le calendrier cultural des bassins de production permet d'avoir un marché continu sur 8 mois de l'année. - Maîtrise des techniques améliorées permettant de doubler la production actuelle et ce à très court terme
<ul style="list-style-type: none"> - Problématiques - 	<ul style="list-style-type: none"> - Accès limité aux matériels agricoles - Inexistence de mécanisme de financement pour les producteurs et les exportateurs - Insuffisance d'infrastructure de traitement et de stockage - Mauvais état des routes - Mauvaise qualité des produits après séchage
<ul style="list-style-type: none"> - Attentes des agents - 	<ul style="list-style-type: none"> - Accès aux matériels agricoles - Existence de financement et d'accord de partenariat entre les producteurs et les exportateurs - Mise en place d'infrastructure de traitement et de stockage des produits <ul style="list-style-type: none"> - Appui technique sur l'amélioration de la qualité des produits - (séchage, stockage,...).

Source : construction de l'auteur à partir des données du rapport économique du CSA ou Centre de Service Agricole 2011

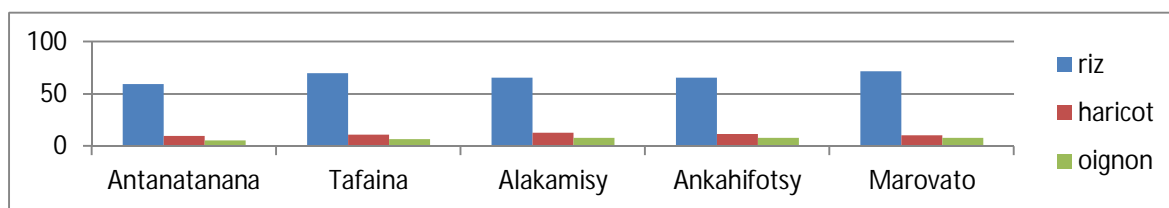
Les quantités exportées restent modestes par rapport au marché national. Il faut remarquer que certaines productions alimentent les industries locales. C'est le cas de l'oignon

et l'haricot. Les fokontany pratiquent aussi des cultures variées destinés à l'alimentation de la population comme le manioc, banane, pomme de terre, tomate, ananas.

Les exploitants agricoles doivent produire ce que les supermarchés demandent en termes de quantité et de qualité. Ils doivent souvent se conformer à des conditions de certification plus rigoureuses que les normes officielles régissant la sécurité sanitaire des aliments. Répondre aux exigences des préposés aux achats demande des niveaux de compétence et de technologie qui font souvent défaut aux petits exploitants. Ceux-ci peuvent être appelés à effectuer des investissements – individuels ou collectifs – dans divers domaines, notamment: irrigation, serres, camions, chambres froides et techniques d'emballage. Ils doivent être en mesure de trier et de classer leurs produits, de respecter le calendrier et les délais de livraison établis et de documenter leurs pratiques culturelles.

D'autre part, ils doivent pouvoir tenir le coup entre la livraison et le paiement, ce qui suppose un accès au crédit. En aval, les changements sont potentiellement avantageux pour les consommateurs grâce une plus grande variété, à une fluctuation saisonnière réduite et à une diminution du prix des produits alimentaires. En matière de sécurité sanitaire, le traçage de la source de contamination est devenu plus aisé, mais il existe également le risque d'une distribution rapide des aliments contaminés susceptibles d'entrer dans la chaîne alimentaire.

Proportion des ménages destinant les filières ci-dessous à la vente.



Source : enquête personnelle (Mai 2012)

B. Les processus liés à la production agricole

D'après les enquêtes que nous avons effectuées dans la commune Alakamisy, plusieurs processus doivent être mis en valeur pour la production agricole.

- ▶ La sécurité foncière;
- ▶ Les intrants (engrais chimiques, semences) et des produits phytosanitaires;
- ▶ La maîtrise de l'eau d'irrigation et de drainage;
- ▶ Maîtrise des maladies phytosanitaires;

► Les matériels de productions;

Les sols de la Commune d'Alakamisy possèdent des propriétés physiques très intéressantes mais soumis à des fortes érosions dues à plusieurs facteurs dont la-non observation de courbes de niveau et la pratique de feux de brousse.

■ Le foncier

Le problème foncier est le principal obstacle à la production dans la Commune Rurale d'Alakamisy. Soit la population n'arrive pas à produire suffisamment faute de terrains, soit la terre est soumise à des problèmes familiaux ou juridiques. A cet effet, la surface agricole, de plus en plus limitée, entraîne une réduction de la production. « La transmission des terres de génération en génération à travers l'héritage sur un terroir aux superficies agricoles limitées entraîne inéluctablement le morcellement des terres vers des exploitations agricoles de plus en plus réduites. C'est ainsi que la fragmentation des terres s'intensifie à chaque génération en amplifiant les contraintes d'ordre juridique, notamment liées à la possession de titres fonciers, mais aussi économique avec l'éclatement des moyens de production, la réduction de la surface cultivée par ménage et la difficulté de développement des cultures mécanisées⁷⁷ ».

Cette situation est souvent source d'insécurité foncière du fait que des personnes s'approprient illégalement des terrains conduisant à un conflit. Il y a aussi des cas où des personnes font la demande d'un terrain et le vendent sans avoir fait la régularisation. Et donc l'acheteur va devoir régler le problème et cela affecte la production et engendre de nouveau conflit. S'ajoute à cela le problème d'ordre familial c'est-à-dire que la transmission reste problématique du fait que les enfants peuvent être issus de deux unions et ayant deux pères différents par exemple. Cela entraînerait un climat d'insécurité pour les ayants droits et constitue un blocage pour une meilleure production.

■ Les techniques utilisées

La monographie de la Commune nous signale, à ce sujet, que : « L'équipement agricole des agriculteurs reste rudimentaire incluant les angady (bèches), les faucilles, les fourches, les pelles et les charrettes. Néanmoins, une bonne majorité possède des charrues et des sarcleuses.

Face à ce problème, des artisans locaux comme ceux se trouvant, fabriquent des équipements plus avancés et plus performants dans le cadre du projet de développement.

L'artisan nous a informé que : « le pouvoir d'achat des ruraux ne leur offre la possibilité d'accéder à ce genre de matériel ».

Donc, cela a un impact direct sur la productivité des ruraux : perte de temps, des manques à gagner du fait du faible rendement, et aussi sur leurs santé à cause des efforts déployés. Car en utilisant des matériels plus performants, les ruraux peuvent produire plus en travaillant moins, ce qui laisse du temps pour exercer d'autres activités. De plus, en adoptant cette approche, ils font moins de dépenses pour les mains d'œuvres. Ce qui leur permet de faire des épargnes qui peuvent être utilisées pour améliorer l'exploitation agricole ou investir dans d'autres secteurs plus rentables.

■ Les intrants agricoles

Les sols de cette commune possèdent des propriétés physiques très intéressantes. Mais cette situation est en train de changer et elle devient de plus en plus difficile à gérer pour la population locale. En effet, la propriété du sol se dégrade petit à petit, c'est-à-dire qu'avant, la population peut cultiver sans engrais. Actuellement, cette pratique peut entraîner des pertes énormes pour les ruraux. Cependant, faute de moyen financier, la majeure partie de la population ne peut pas assumer les charges suffisantes en pesticide ou engrais, ce qui n'est pas sans impact sur le rendement.

Deuxièmement, il y a lieu aussi de parler des problèmes de prolifération des maladies phytosanitaires qui ont un effet non négligeable sur la production. Face à ce phénomène, la majeure partie des personnes interrogées ont fait part de leurs soucis et préoccupations quant à l'évolution et l'ampleur de ce problème, mais aussi de leur avenir. En effet, leurs productions sont de plus en plus confrontées à des problèmes de quantité et de qualité. Des organismes s'installent dans la région comme ce fut le cas du « CSA » qui se spécialise dans la vente des produits phytosanitaires et aussi dans la distribution des semences que l'agriculteur rembourse en quantité équivalent lors des récoltes. En effet, la commune est parmi les lieux d'approvisionnement de la ville d'Antananarivo en matière de produits agricoles d'autant plus que la théorie économique suggère que les prix des produits agricoles augmentent à mesure qu'on s'approche des villes⁴⁶.

C. Les structures commerciales

Les marchés quotidiens permettent un échange de biens et de services au niveau du District. Pour la commune, les habitants ont rejoint le lieu du marché de la semaine pour

⁴⁶ Von Thünen, 1826 ; Ravallion, 1986.

acheter des vêtements ou quelques choses dont ils ont besoin. C'est le marché de Mangamila qui étant le plus proche de la commune.

Tableau 11 : Localisation des marchés

District	NB	Localisation	Jour de marché
Anjozorobe	9	Anjozorobe	Jeudi
		Mangamila	Samedi
		Betatao	Jeudi
		Ambatomanoïna	Jeudi
		Antanetibe	Lundi
		Analaroa	Mercredi
		Amboasary	Samedi
		Ambongamarina	Mercredi
		Antanandava	Mardi

Source : Monographie du District (2010)

Les études monographiques de la zone nous ont permis d'observer que les principaux marchés de la commune Alakamisy sont les marchés d'Anjozorobe et de Mangamila.

Le marché par définition est le lieu de rencontre entre l'offre et la demande d'un bien ou d'un service. Selon le mode de fonctionnement, on peut distinguer trois types de marchés dont les marchés organisés, les marchés autogérés et les marchés de gré à gré.

Le système de commercialisation que nous avons trouvé dans cette zone est le marché autogéré ou libre.

Le marché autogéré est une forme de marché organisé qui naît de la volonté de l'ensemble des acteurs à protéger leur filière et mieux défendre leurs intérêts. La différence fondamentale avec les marchés organisés est liée au fait que tous les acteurs ont accès à ce type de marché. Une telle organisation a permis une amélioration du revenu des producteurs tout en sauvegardant les intérêts des autres acteurs de la filière à travers la mise en place du système de marchés autogérés par les acteurs directement impliqués.

Il est donc intéressant de bien analyser le marché et le système de commercialisation dans cette zone de même que les réseaux qui interviennent pour en déterminer les atouts et les faiblesses avant de planifier les interventions sur le marché. La suite de cette partie porte sur l'analyse du système de commercialisation des filières valorisées dans ce lieu.

On peut dire en guise de conclusion que la zone d'étude et les flux commerciaux existants subit des dysfonctionnements. Tout d'abord d'une manière quantitative, la production locale

est très abondante pourtant elle ne peut suffire à elle seule à alimenter la commune en termes de revenus de ménage. D'une manière qualitative, la qualité des produits agricoles est souvent négligée pour pouvoir augmenter les marges commerciales en réduisant les coûts de transformation, sans baisse correspondante du prix de vente. Or, la commune possède les atouts pour être autosuffisant, voire même redevenir exportateur net de haricot et d'oignon ainsi que le riz.

Ainsi, face à cette structuration du flux commercial ainsi que les fonctionnements de la commune en matière agricole, nous allons donc opter à partir de notre instrument d'analyse théoriques les problématiques du développement dans ce lieu, nous allons voir comment représente cette iniquité commerciale au niveau des producteurs locaux et les collecteurs venant des autres zones.

Il est donc intéressant de bien analyser le marché et le système de commercialisation des produits agricoles de même que les réseaux qui interviennent pour en déterminer les atouts et les faiblesses avant de planifier les interventions sur le marché. La deuxième partie de ce travail porte sur l'analyse du système de commercialisation des produits agricoles dans la commune d'Alakamisy.

Comme toute recherche, la première étape a consisté à avoir l'idée de ce que l'on cherche et à préciser les objectifs, maintenant que nous avons décrit et expliqué notre objet d'étude, il s'agit d'entrer dans le vif du sujet et de tenter de répondre à la problématique que nous avons posée au départ. Pour cela, nous devons traiter les résultats statistiques effectués auprès des populations cibles.

Ainsi, les résultats de ces enquêtes seront analysés et interprétés afin de confirmer les hypothèses dont l'interdépendance nous permettra par la suite de répondre à la problématique.

Cette partie sera consacrée donc au traitement des résultats et aux discussions à travers les principes théoriques utilisées.

DEUXIEME PARTIE

DYNAMIQUE DE L'ECONOMIE FAMILIALE ET L'INIQUITE COMMERCIALE

CHAPITRE III : TRAITEMENT DES RESULTATS

Ce chapitre présente les résultats obtenus après descente sur terrain. Il sera articulé suivant les points ci-après:

- I. L'identification socio-économique des agents de marchés
- II. le fonctionnement du commerce entre les agents de marché

I- IDENTIFICATION SOCIO-ECONOMIQUE DES AGENTS

1. Les agents de marché

Trois catégories d'agents ont été identifiées au sein de la structure sociale de notre zone d'étude. Il s'agit de :

- Des producteurs : ils constituent le premier maillon de la chaîne de commercialisation des produits agricoles
- Des collecteurs : ils assurent le transit des produits des zones de production vers les marchés urbains;

2. Caractéristiques socioéconomiques

Les principales caractéristiques socio-économiques retenues dans cette étude sont : le sexe, l'âge, le niveau d'éducation formel.

i. L'âge et le sexe des agents

► Le sexe

Le sexe des enquêtés nous a permis de connaître le groupe d'acteurs qui comporte plus d'hommes ou de femmes. Ces résultats sont regroupés dans le tableau ci-dessous.

Tableau 12: répartition des agents par sexe

Sexe	Producteurs		Collecteurs		total	
	Eff	%	Eff	%	Eff	%
Hommes	91	91	10	100	101	95,5
Femmes	9	9	0	0	09	04,5
Total	100	100	10	100	110	100

Source : enquête personnelle (Mai 2012)

Le tableau ci-dessus montre que les agents sont constitués en grande majorité des hommes (95,5% Celles-ci représentent 91% des producteurs, 100% des collecteurs. Nous observons que l'exploitation des produits agricoles étant des travaux destinés aux hommes. De ce fait, les disparités hommes/femmes persistent dans ce lieu en raison de plusieurs facteurs, et de plus, c'est un travail touchant aux prises de décision économiques de la

famille, question des salaires, des revenus pur n'en citer que quelques-uns. Donc, c'est principalement les hommes qui doivent s'occuper de ces ressources.

Pendant notre descente sur terrain, sur un ménage que nous avons enquêté, nous avons appris que le chef de famille c'est-à-dire le père n'était pas là, nous avons demandé à la mère de famille. Catégoriquement, elle nous a dit qu'elle ne peut pas nous fournir des questions favorables à notre recherche, elle n'en savait rien, elle ne savait pas combien son mari a vendu ses riz, ses haricots, elle nous a dit que c'est à la place du père que doit s'occuper de ses choses. Elle nous révèle les contraintes liées à leur rôle de reproduction. Donc, l'équilibre du genre est donc une problématique de développement dans cette commune.

Nous notons ainsi une absence totale d'hommes chez les collecteurs, ce qui permet de conclure que la production et la vente au détail incombent aux femmes plutôt qu'aux hommes. Ceci parce que la collecte tout comme la vente requiert beaucoup de temps et beaucoup d'efforts physiques et les femmes ne sont pas prêtes à consacrer.

➤ L'âge

La répartition des agents par classe d'âge et par groupe est résumée dans le tableau 12 ainsi qu'il suit :

Tableau 13 : répartition des agents par âge

Classes	Producteurs		collecteurs		total	
	Eff	%	Eff	%	Eff	%
[20-30[23	23	1	14,28	24	22,42
[30-40[27	27	2	28,57	29	27,10
[40-50[31	31	3	42,85	34	31,77
[50-60[14	14	1	14,28	15	14,01
[60-70[4	4	0	0	08	7,47
[70-80[1	1	0	0	02	1,86
Total	100	100	7	100	107	100

Source : enquête personnelle (Mai 2012)

Il se dégage de ce dernier que la moitié des producteurs (50%) ont un âge compris entre 20 et 40 ans. Une forte proportion des paysans ayant entre 20 et 40 ans peut nous amener à penser qu'à cet âge la force physique est considérablement augmentée et que les travaux sur champ nécessitent beaucoup cet effort.

Nous observons également que la proportion des paysans de 40 à 50 ans est très productrice, étant de 31% dans notre échantillon. Ce qui montre que les personnes à cet âge ont plus d'atout à produire que les autres catégories d'âge c'est-à-dire qu'ils ont des capacités beaucoup plus anciennes sur les techniques agricoles et ils ont de l'avantage sur l'appropriation foncière par rapport aux autres jeunes âges.

ii. Le niveau d'éducation

Le niveau d'éducation de l'enquêté a été retenu comme un critère important car il permet de comprendre comment fonctionne le déroulement de leurs commerces. Cette information pourrait orienter la façon dont les paysans appréhendent les fonctionnements du commerce. Le tableau ci après ressort le niveau d'éducation par catégorie d'acteurs.

Tableau 14 : le niveau d'éducation formelle

Niveau d'éducation	Producteurs			collecteurs		
	Eff	Fréq	%	Eff	Fréq	%
Jamais allé(e)	11	0,11	11	0	0	0
Primaire	57	0,57	57	0	0	0
Secondaire Ière cycle	17	0,17	17	2	0,28	28,57
Secondaire IInd cycle	5	0,05	5	3	0,42	42,85
Supérieur	1	0,01	1	2	0,28	28,57
Total	100	1	100	7	1	100

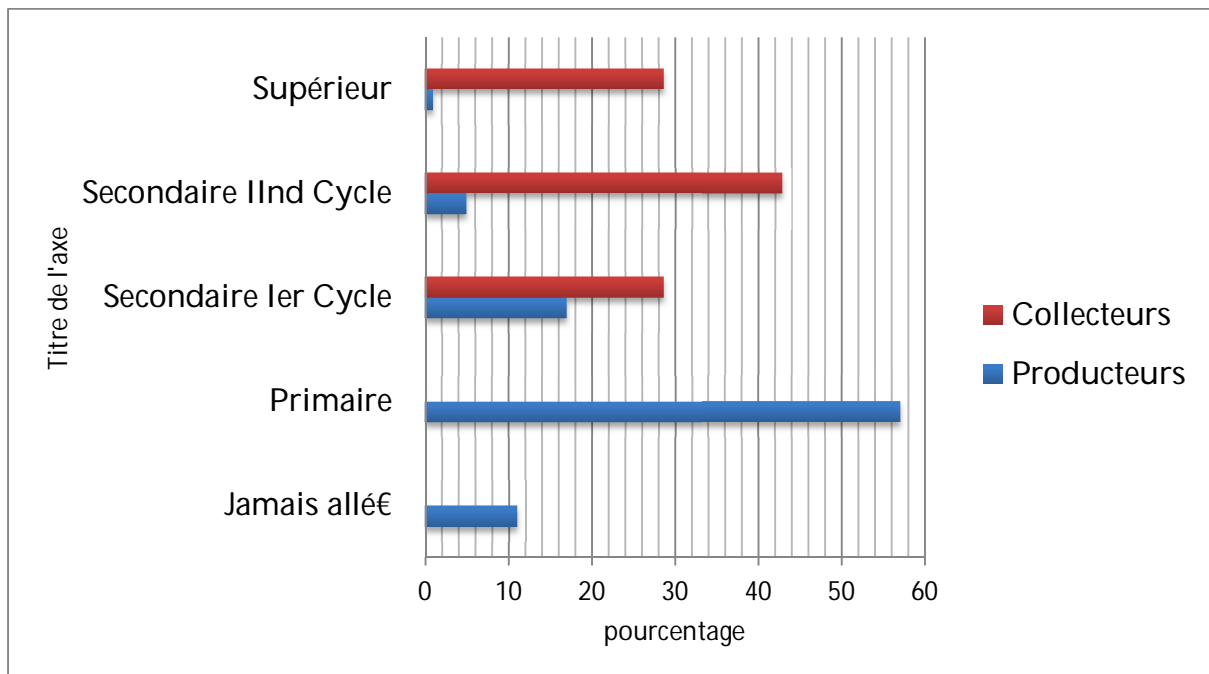
Source : enquête personnelle (Mai 2012)

Il ressort du tableau précédent que la majorité des collecteurs (57%) ont une éducation formelle de niveau primaire. Nous remarquons également que 11% des producteurs ne sont jamais allé(e) l'école. Ce résultat montre en réalité que les producteurs ont un niveau d'éducation très faible. Cela peut s'expliquer répondent-ils qu'à son jeune âge, il n'y avait pas d'école secondaire là bas et même aux communes plus proches d'eux ; ils ont parcouru 3

heures de marches s'ils ont voulu continuer leurs études. De plus, leurs parents n'ont pas encore conscient de la valeur de l'éducation à cette époque et ils n'ont pas le choix car ils vivent en permanence dans les villages et pensent n'avoir pas besoin de formation scolaire.

Toutefois, les collecteurs ont beaucoup plus éduqués que les producteurs étant donné que 42,85% d'eux sont passés dans le niveau secondaire second cycle et 28,57% d'eux en secondaire premier cycle. Même si la taille de notre échantillon étant assez restreint, c'est quand même exhaustif parce que c'est le nombre des collecteurs travaillant dans cette commune. En effet, ils ont beaucoup plus instruits parce que la plupart ne sont pas originaires dans ce lieu.

Voici un graphique qui montre le niveau d'éducation formel des agents.



Source : enquête personnelle (Mai 2012)

Le manque d'infrastructure éducative témoigne de la carence en matière d'infrastructure publique dans le quartier. Dans le cas présent, ces manques vont se répercuter dans la vie des ménages soit par augmentation des budgets alloués à l'éducation, soit l'allongement du trajet quotidien des enfants. En effet, le niveau d'éducation des producteurs dans ce milieu étant très faible étant donné que la plupart des infrastructures n'étant construite qu'environ de l'année deux mille. Pourtant les caractéristiques des commerces internes ou externes aujourd'hui nécessitent autant des capacités et compétence capable d'affronter les mouvements des relations commerciales. On peut dire donc que le niveau d'éducation est parmi les principes générateurs de la différenciation (distinction au sens Bourdieusien). La dimension éducative fait partie du « capital culturel » qui détermine la position de l'agent par rapport aux autres

agents. Ainsi donc, nous avons présupposé que l'iniquité commerciale se fait par l'effet indirect d'un ensemble complexe d'action qui s'engendre dans le réseau de contraintes. Les inégalités entre les agents s'inscrivent donc par rapport au capital que chaque agent a accumulé au cours de sa vie et par rapport aux instruments de production.

iii. La situation matrimoniale

➤ **Tableau 15 : Situation matrimoniale**

Situation matrimoniale	producteurs	collecteurs	total
Célibataire	01	2	03
Marié	57	3	60
Divorcé	08	2	10
Veuf (ve)	09	0	09
Conjoint(e) de fait	25	0	25
Total	100	07	107

Source : enquête personnelle (Mai 2012)

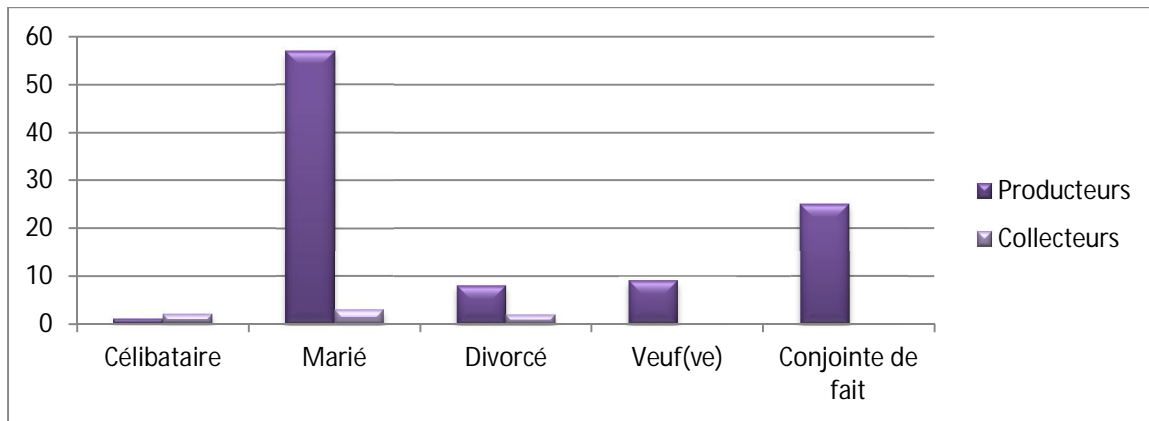
La situation matrimoniale des agents permet de connaître les caractéristiques de l'économie familiale en milieu rural. Plus de la moitié des producteurs sont mariés, ce qui confirme le rôle important du chef de famille, ainsi que les responsabilités qui l'attendent. 25% sont des conjointes de fait : ce taux n'étant pas négligeable, est un facteur économique qui influence la productivité en milieu rural.

Le fait de produire et/ou de vendre, non seulement pour leur foyer mais aussi pour les collecteurs et le marché local, devient donc une nécessité pour chaque foyer. Et les contraintes telles que l'ignorance et les responsabilités de nourrir la famille conduisent à l'iniquité commerciale directement ou indirectement.

Le statut matrimonial des agents est très utile surtout pour les producteurs en matière d'appropriation foncière.

Dans toute société rurale, le foncier et l'agriculture sont indissociables. Il y a comme une sorte de synergie, de complémentarité entre ces deux domaines. Une meilleure condition d'accès à la terre peut engendrer une meilleure productivité et inversement, une meilleure productivité peut être à l'origine d'une bonne gestion des ressources. Ainsi dans une société rurale où l'agriculture de subsistance reste encore de rigueur. Sécuriser leur terre s'avère encore une lourde tâche pour la population rurale.

Voici un graphique qui montre le statut matrimonial des agents.



Source : enquête personnelle (Mai 2012).

Comme dans la plupart des régions de Madagascar, la transmission de la terre au niveau du cercle familial est le principal mode d'accès à la terre. Dans notre étude, l'acquisition des terres par héritage représente 40%. Cependant, dans un contexte où la terre cultivable est de plus en plus rare et acquiert de valeur marchande, des problèmes peuvent surgir au niveau de la famille concernant le partage. Cela peut avoir des impacts sur l'immatriculation à titre individuel de la terre car un autre membre de la famille peut faire l'opposition ce qui freinerait l'obtention du certificat foncier.

D'autre part, il y a aussi des cas où un des membres de la famille décide de vendre un terrain appartenant à l'ensemble de la famille sans l'aval des autres membres qui ne sont pas présents dans la région dans la plupart des cas.

Il y a aussi des terrains qui sont encore à titre collectif et que même s'ils ont déjà été partagés, les propriétaires ne peuvent pas l'immatriculer individuellement. Tout cela constitue de contraintes pour la régularisation des terres empêchant, en conséquence, la sécurisation des moyens de production.

II- Le fonctionnement du commerce entre les agents de marché

L'analyse du fonctionnement des différentes filières existantes dans cette commune s'est faite à travers l'identification des principaux acteurs de la filière, de l'organisation de la cueillette/production des circuits de commercialisation, des différentes étapes de la récolte. La commercialisation des filières a constitué le dernier point de cette analyse.

A. Les agents et leurs fonctions

Comme signalé précédemment, les principaux acteurs qui se retrouvent dans la chaîne de commercialisation sont principalement les producteurs (récolteurs) et les collecteurs. Chacun d'eux assure une fonction. Ils sont engagés dans la récolte et la commercialisation depuis

plusieurs années. . Les paysans sont responsables de toutes les étapes de la récolte jusqu'à la première mise en marché qui se fait généralement à domicile. Les intermédiaires constituent plusieurs maillons dans la chaîne de commercialisation ; ce qui permet de les distinguer les uns des autres. Ils réalisent la même fonction dans le marché à savoir : la fonction d'échange. Certains achètent et vendent uniquement le riz. D'autres par contre, qui ne disposent pas d'un capital important pour vendre uniquement le riz, vendent à la fois le haricot et d'autres cultures qui sont en majorité des produits agricoles.

Les collecteurs sont situés directement après les producteurs car ils se chargent de faire partir le produit de leur zone de production jusqu'aux marchés de groupage. Dans notre étude, ces marchés de groupage sont les marchés ruraux. Les collecteurs achètent soit le riz, soit les autres filières comme les haricots, les oignons... par voyage et par semaine qu'ils revendent en un jour et font en moyenne un à deux jours par voyage. Il est par conséquent très difficile pour ces collecteurs de transporter des quantités plus grandes à cause des difficultés liées au transport. Après les collecteurs, c'est au grossiste qui se situe en ville qui se charge de la vente en gros des produits.

Tous les déterminants sont interreliés et sont au début d'un cercle vicieux qui enrobe les exploitants les plus démunis. Il faut alors bien cibler l'étape où se trouve le ménage pour intervenir et casser le maillon du cercle.

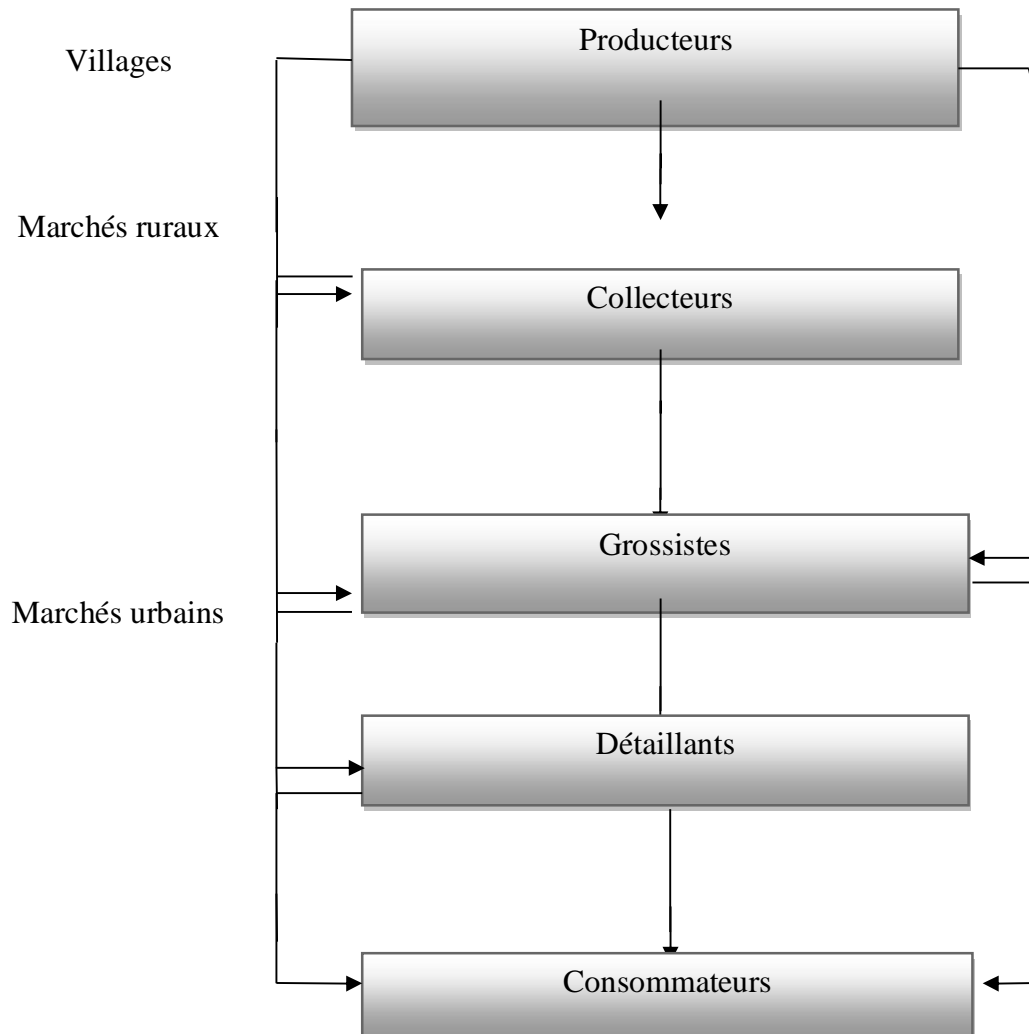
Les circuits de commercialisation

L'objectif de production des paysans étant principalement de vendre leur produit, la vente se fait suivant plusieurs modalités : les ventes au village et dans le marché le plus proche, les ventes individuelles dans les maisons, la vente dans les marchés ruraux et parfois dans les marchés des villes.

La vente se fait avec des unités de mesures non standardisées ; au détriment des récolteurs. Car c'est l'acheteur qui mesure lui-même le produit qu'il achète. La nature du produit favorise également cette façon de mesurer.

Le circuit de commercialisation

Figure n°2 : flux commercial



Source : enquête personnelle (Mai 2012)

B. La structure globale du commerce

Les producteurs vendent à la maison à cause des coûts de transport qui sont très élevés. Seuls 25% d'entre eux vont vendre dans les marchés. Les collecteurs s'approvisionnent directement dans les zones de production et parfois dans les marchés ruraux. Leur cible est constituée des producteurs qui attendent sur place dans les villages ou qui se déplacent dans les marchés ruraux qui peuvent ainsi être considérés comme des marchés de groupage. Les grossistes aussi s'approvisionnent dans les marchés ruraux. Ils achètent auprès des collecteurs et parfois des producteurs. Ces grossistes sont très souvent appelés « troisième main » et c'est chez cette « troisième main » que les détaillants s'approvisionnent très souvent. Les détaillants peuvent acheter indifféremment chez les grossistes. La fonction de grossiste, détaillant, consommation n'a pas été étudiée, mais il est ressorti que les consommateurs

achètent également auprès des grossistes ou des producteurs eux même. Ce qui est une situation très favorable pour ce groupe d'agents. De manière générale la figure ci-dessous, illustre le fonctionnement de la filière et les relations directes ou indirectes qui existent entre les agents.

Figure 5: Ces différentes étapes résumées dans la figure ci-dessous

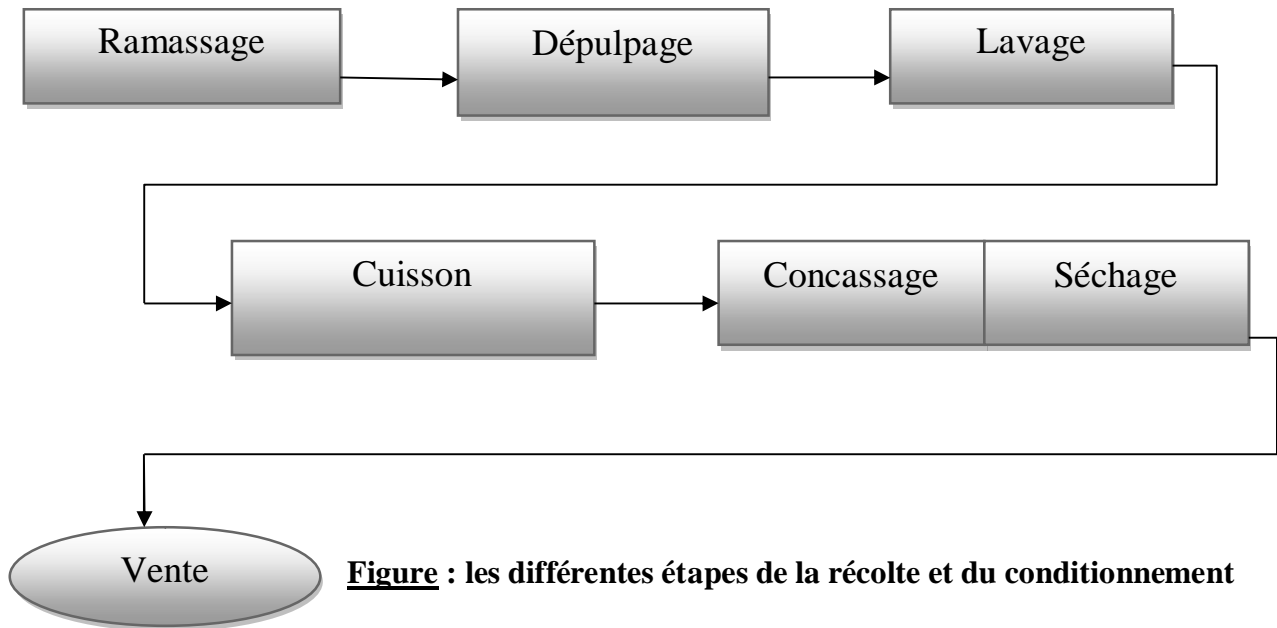


Figure : les différentes étapes de la récolte et du conditionnement

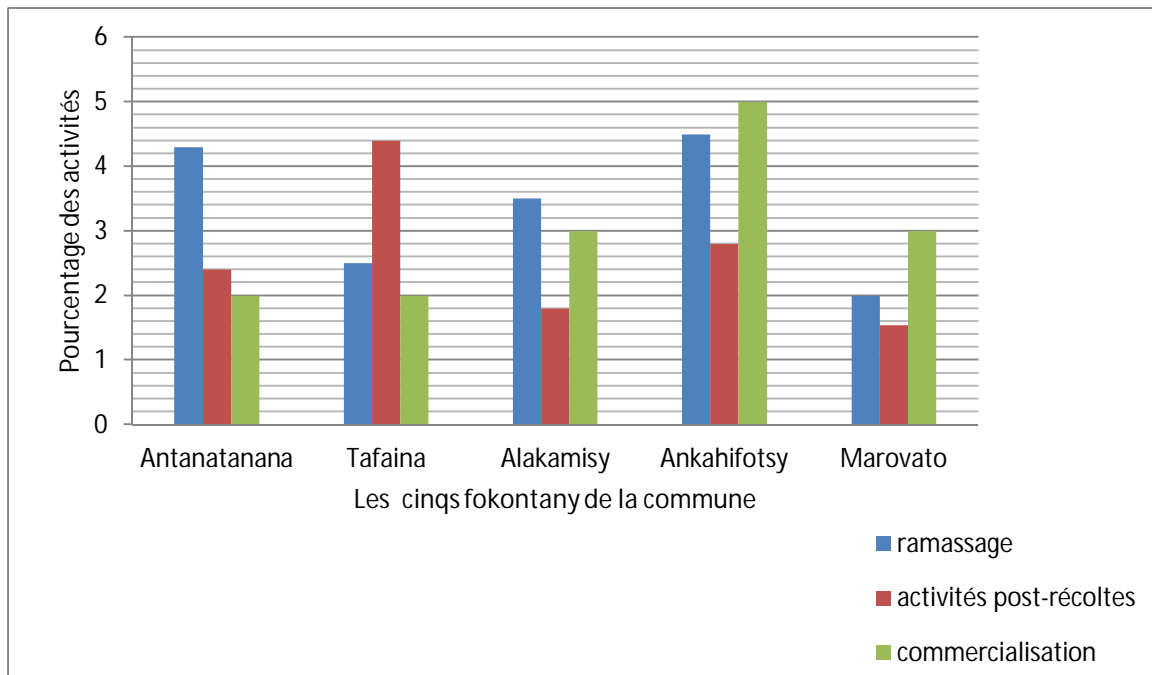
Source : enquête personnelle (Mai 2012)

C L'organisation de la cueillette / « production »

L'objectif principal de production dans la commune est la vente. Il ressort de nos enquêtes qu'aucun paysan n'exploite ces filières ci-dessous uniquement pour la consommation familiale. Les résultats montrent que 43,3% des paysans récoltent ces denrées uniquement pour le marché et 57,6% destinent ce produit à la fois à la vente et à l'autoconsommation. Ce qui peut laisser croire que la plupart de ces denrées ne sont pas localement consommées par ces populations. Toutefois les paysans qui consomment les haricots, les oignons de terre ne prennent que les produits pourris qui altèrent la qualité de ces produits à la vente.

L'organisation du travail au sein des ménages a permis de distinguer trois types de main d'œuvre : la main d'œuvre familiale, individuelle et de groupe. Ainsi, 63,3 % de la main d'œuvre utilisée est individuelle ; 5% de cette main d'œuvre est constituée par le travail en groupe et 31,7% est une main d'œuvre familiale. Ce qui a une influence sur les quantités

produites annuellement. Quelque soit le type de main d'œuvre, la récolte et la commercialisation sont différemment planifiées au cours de l'année.



Source : enquête personnelle (Mai 2012)

Figure : la répartition des périodes de la récolte et de la commercialisation au cours de l'année.

De la figure, il ressort que le ramassage intervient le plus de Juillet à Décembre. Les activités post-récolte se font plus de Août à Avril. La commercialisation se fait tout au long de l'année. Nous observons que les paysans vendent moins du mois d'Août au mois de Décembre, moments qui correspond à la période de pénurie.

D Les relations entre les acteurs.

Les paysans et les collecteurs ne sont pas liés par un quelconque accord. Les rapports entre les récolteurs et les collecteurs sont basées sur la confiance. Dans les deux cas, l'accord passé est verbal. Il est encore très fragile et peu être rompu à n'importe quel moment. Les super-grossistes entretiennent des relations étroites avec les collecteurs avec qui ils opèrent de manière préférentielle. Il existe une forme de relation de type contractuel qui est nourri par le paiement à l'avance et la prise de rendez-vous. Il n'existe cependant pas de contrat écrit. Les relations familiales conduisent quelques fois les récolteurs et les collecteurs à vendre directement aux grossistes de type 1. Les paysans attendent parfois en vain que les commerçants viennent acheter. Bien que les acteurs soient désorganisés, il existe néanmoins un début d'organisation qui est précaire.

L'**offre et la demande** sont respectivement la quantité de biens ou de services que les acteurs sur un marché sont disposés à vendre ou à acheter en fonction des prix.

L'offre est la quantité d'un bien économique que les producteurs souhaitent vendre à un prix donné. Ses principaux déterminants sont le prix du marché et les coûts de production. En fait, les fonctions d'offre sont obtenues à partir des coûts de production de l'entreprise à long terme. Leurs courbes représentatives sont généralement des courbes croissantes et concaves du fait de la loi des rendements décroissants. Il peut en être différemment.

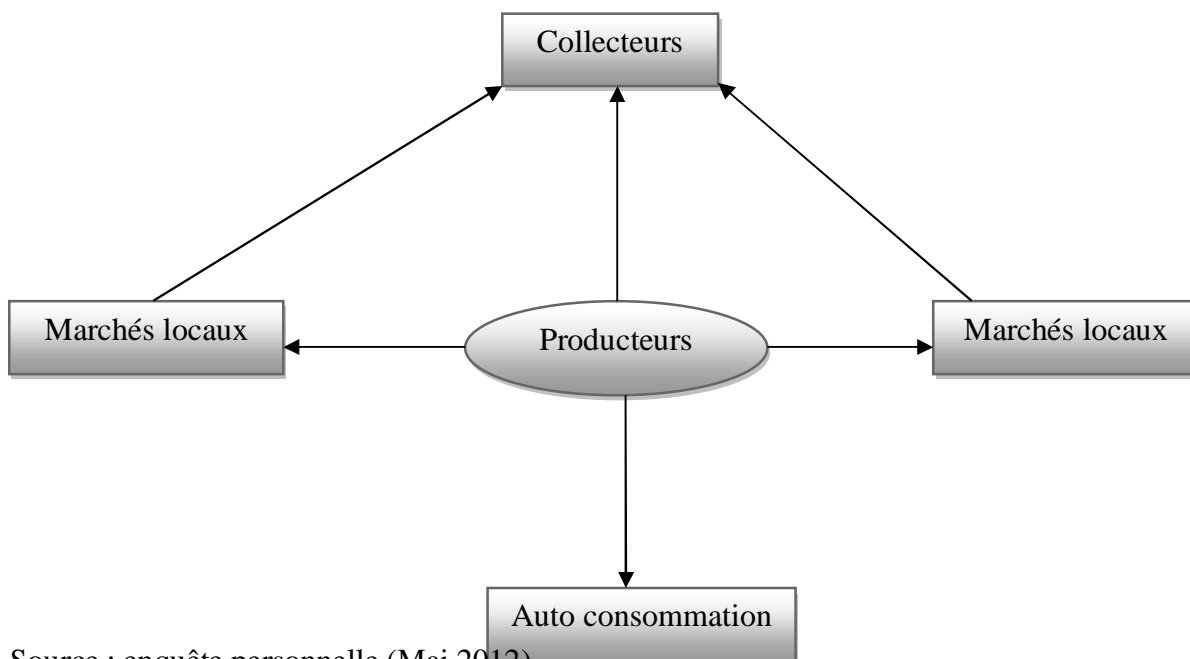
La demande est la quantité voulue d'un bien, à un prix donné, par les consommateurs ayant les moyens de l'acheter. La courbe représentative de la fonction décrit la quantité (en abscisses) en fonction du prix (en ordonnées). Ses principaux déterminants seront donc le prix du bien, le revenu, les goûts, mais aussi l'offre et la demande des biens de substitutions (ainsi l'évolution des prix du pétrole a un effet sur la demande de gaz par exemple). La courbe représentative de la fonction de demande est généralement décroissante et peut être concave ou convexe, selon les cas.

E Les flux de l'échange

Les flux de l'échange sont présentés dans la figure ci-après.

Flux de la filière Haricot :

Jusqu'à aujourd'hui, la production est vendue soit pour les collecteurs, soit dans les marchés locaux (dans les communes et les grands pôles).



Source : enquête personnelle (Mai 2012)

Le circuit de commercialisation d'un produit donné est l'ensemble des étapes qu'il franchit pour passer du producteur au consommateur. C'est donc le trajet qu'il suit pour passer du producteur au consommateur final. Il est représenté ici par les différents intermédiaires et les diverses zones d'approvisionnement en matières agricoles. Les filières mises en exergues dans cette zone sont commercialisés sous deux formes : la vente et l'autoconsommation. Mais les circuits de commercialisation sont identiques pour ses deux formes. L'étude nous a permis de distinguer deux circuits de commercialisation : le circuit direct et le circuit court.

Le circuit direct est caractérisé par l'inexistence d'intermédiaires entre le producteur et le consommateur. Ce circuit assez simple concerne aussi la filière haricot que l'oignon et les zones de provenance de ces produits sont pour la plupart proches du marché de Mangamila. Le circuit court, quant à lui, est caractérisé par la présence de peu d'intermédiaires : les collecteurs-grossistes-détaillants etc...

L'objectif de production des paysans étant principalement de vendre leur produit, la vente se fait suivant plusieurs modalités : les ventes groupées au village et dans le marché le plus proche, les ventes individuelles dans les maisons, la vente dans les marchés ruraux et parfois dans les marchés des villes. La vente se fait avec des unités de mesures non standardisées ; au détriment des récolteurs. Car c'est l'acheteur qui mesure lui-même le produit qu'il achète. La nature du produit favorise également cette façon de mesurer. En général, les paysans dans les villages sont plus ou moins satisfaits du prix auquel ils vendent leurs produits. Cette satisfaction vient du fait que ces derniers ne connaissaient pas la valeur de ce produit. Un paysan déclare d'ailleurs à ce sujet « Nous on considère l'argent comme un argent ramassé par terre » Mais cette façon de penser ne fait pas l'unanimité, car certains considèrent qu'ils sont dupés et pourraient obtenir plus d'argent qu'ils ne gagnent actuellement. Le paiement se fait directement au moment de l'achat. Certains paysans considèrent la collecte du riz comme une activité rentable et d'autres comme une activité non rentable.

Plusieurs raisons militent en faveur du choix de leurs produits par les agents du système de commercialisation. Le riz par exemple est un produit non périssable qui se vend rapidement.

« Les collecteurs venaient nous tromper ». Selon les paysans, à quantité égale, le riz rapporte plus d'argent que les autres produits.

« Quelque soit le prix d'achat on gagne ». « Ma mère vendait le riz ». « C'est parce que le riz se retrouve en abondance dans mon village ». « C'est un condiment très apprécié des femmes».

Le riz permet de vendre rapidement les autres produits ». Voilà les raisons pour lesquelles les acteurs ont choisi de vendre le riz. De toutes ces raisons, les non périssabilité du riz et le fait qu'il soit très apprécié par les collecteurs apparaissent comme les principales raisons ayant justifié le choix du riz.

Il se vend donc aisément en dehors des périodes d'abondance. Ce produit n'exige pas des méthodes de conservation sophistiquées. Il suffit simplement qu'il soit bien sec et gardé à l'abri de l'humidité.

Les intermédiaires de la chaîne de commercialisation sont plus ou moins spécialisés dans le commerce du riz. Nous observons qu'ils vendent également d'autres filières qui en général sont des légumes. Les détaillants vendent les légumes (tomates, oignons...). Il arrive très souvent que les collecteurs qui sillonnent les villages à la recherche du riz ou de l'haricot ou de l'oignon achètent d'autres denrées comme les tomates, les maniocs...

Plusieurs unités de mesures sont utilisées à l'achat comme à la vente. Elles sont différentes en fonction des marchés. Sur le marché de mangamila, est mesuré avec la boîte de lait. Alors que dans les villages, les collecteurs utilisent le « vata ».

L'achat et la vente se font essentiellement sur la place du marché, sauf pour les collecteurs et qui vont dans les villages.

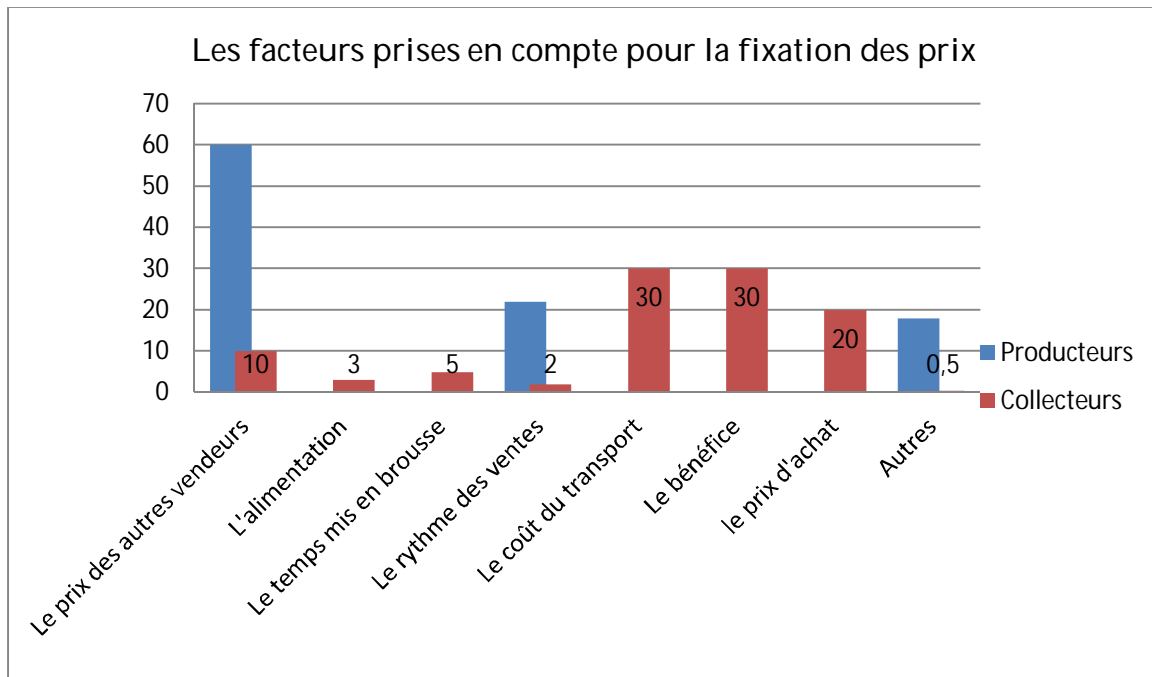
D'une manière générale, les collecteurs connaissent la variation du prix en fonction des périodes d'abondance ou de pénurie. Toutefois, quelques facteurs sont pris en considération lors de la fixation du prix de vente.

Ces critères sont récapitulés dans le tableau 8 ci-après

Tableau n°16 : Les facteurs pris en compte pour la fixation du prix de vente.

Le prix d'achat	Producteurs	Collecteurs
Le prix des autres vendeurs	★	★
L'alimentation		★
Le temps mis en brousse		★
Le rythme des ventes	★	★
Le coût du transport		★
Le bénéfice		★
Le prix d'achat		★

Source : enquête personnelle (Mai 2012)



Source : enquête personnelle (Mai 2012)

Les prix du riz sont plus bas durant les périodes de récolte. Les différences spatiales s'expliquent partiellement par le fait que les récoltes interviennent à différents moments de l'année d'une région à une autre.

Les personnes intéressées au marché orientent justement leurs comportements considérés comme « moyen », d'après leurs propres intérêts économiques subjectifs et typiques, considérés comme « fins » et d'après les attentes également typiques, considérées comme « conditions » qu'ils nourrissent d'après le comportement prévisible des autres pour finalement atteindre leur but.

Chaque participant à un échange marchand agit en fonction de l'anticipation du comportement d'autrui.

Ce raisonnement montre également que l'exercice d'un échange marchand n'est possible que dans des conditions sociales bien définies.

CHAPITRE IV : DISCUSSION A TRAVERS LES PRINCIPES THEORIQUES UTILISEES

Cette façon d'aborder les phénomènes économiques en prenant en compte les croyances, les anticipations, les hypothèses des agents sur les comportements d'autrui, relève d'un nouveau champ de recherche : l'économie cognitive. Son but, selon Bernard Walliser, professeur à l'Ecole nationale des ponts et chaussées, est de « *prendre en compte les croyances et les raisonnements des agents dans les phénomènes économiques* ⁴⁷ »

A. Les charges supportées par les agents

Les acteurs du système de production et du système de commercialisation supportent plusieurs charges. Ces charges sont liées aux différentes étapes de la récolte d'une part, et au coût d'opportunité du temps mis par voyage, au transport, à l'impôt libératoire, au ticket de place, d'autre part. En effet, On ne peut pas prétendre que quoi que ce soit puisse être exogène dans l'acte économique : celui-ci est encadré dans un ensemble de croyances, de désirs et de préférences qui font que l'économie n'a pas la raison pour principe.

1. Les charges des producteurs

Les récolteurs sont à la base du système de commercialisation. Ils sont responsables de la première mise en marché; et en tant que tel, ils supportent plusieurs coûts pour assurer la disponibilité du produit. Ces coûts sont essentiellement liés à la récolte. Seulement 25% des producteurs vendent leur produit sur les marchés. Le reste (75%) vend sur place à cause du mauvais état de la route. Principalement dans la commune, les paysans jouissent d'une économie d'échelle en vendant en groupe. Cette forme de vente présente l'avantage d'offrir un prix unique à tous les paysans au même moment. Ces derniers jouissent alors d'un pouvoir de négociation élevé.

A contrario, les paysans qui agissent seuls sont très souvent abusés par les collecteurs des villages qui se basent sur le coût du transport très élevé en fonction de l'état des routes pour imposer des prix et même des unités de mesures au récolteurs. Il faut cependant noter

⁴⁷ Jean-Claude Passeron « Le raisonnement sociologique. L'espace non-poppérien du raisonnement naturel ». Essais & Recherches, Nathan, 1991

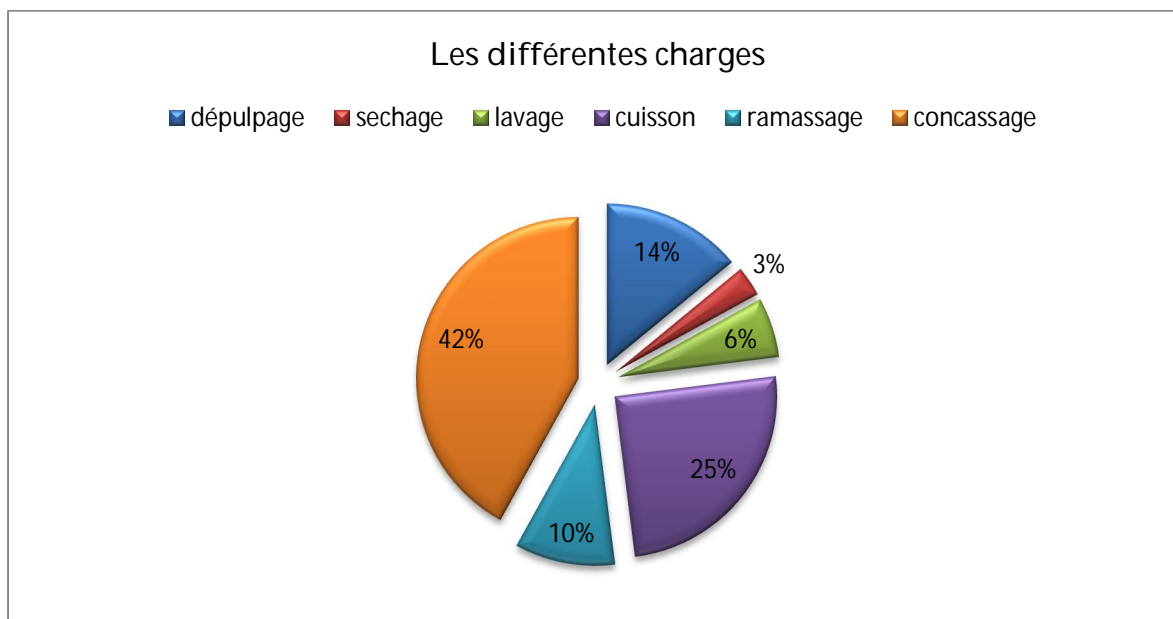
qu'il est difficile pour ces paysans d'attendre les périodes fixées pour la réalisation des ventes groupées.

Les charges supportées par les producteurs sont liées à toutes les étapes du processus de récolte. Ce processus inclut principalement le ramassage des produits, le nettoyage ou dépulpage des produits pourris, le lavage, la cuisson et le séchage.

Les arbres exploités sont des arbres qui ont poussé de manière spontanée. Ce qui nous amène à considérer uniquement leur valeur d'usage. Les coûts de récolte de la main d'œuvre utilisée pour chacune des opérations ci des équipements utilisés et le coût du bois de chauffe utilisé pour la cuisson. Bourdieu commence par rappeler le caractère particulier du bien " maison « La maison est dotée d'une forte charge symbolique, puisqu'elle reflète les goûts et les revenus de son propriétaire »

Le tableau n° : donne une vue d'ensemble des différentes charges par kilogramme de riz.

Graphe : estimation du temps et du prix par opération d'un kg de haricot



Source : enquête personnelle (Mai 2012)

Il ressort que le concassage, la cuisson et le dépulpage sont les opérations qui consomment plus de temps. La disponibilité des produits sur le marché dépend fortement de ces étapes.

Il ressort que le concassage, la cuisson et le dépulpage sont les opérations qui consomment plus de temps.

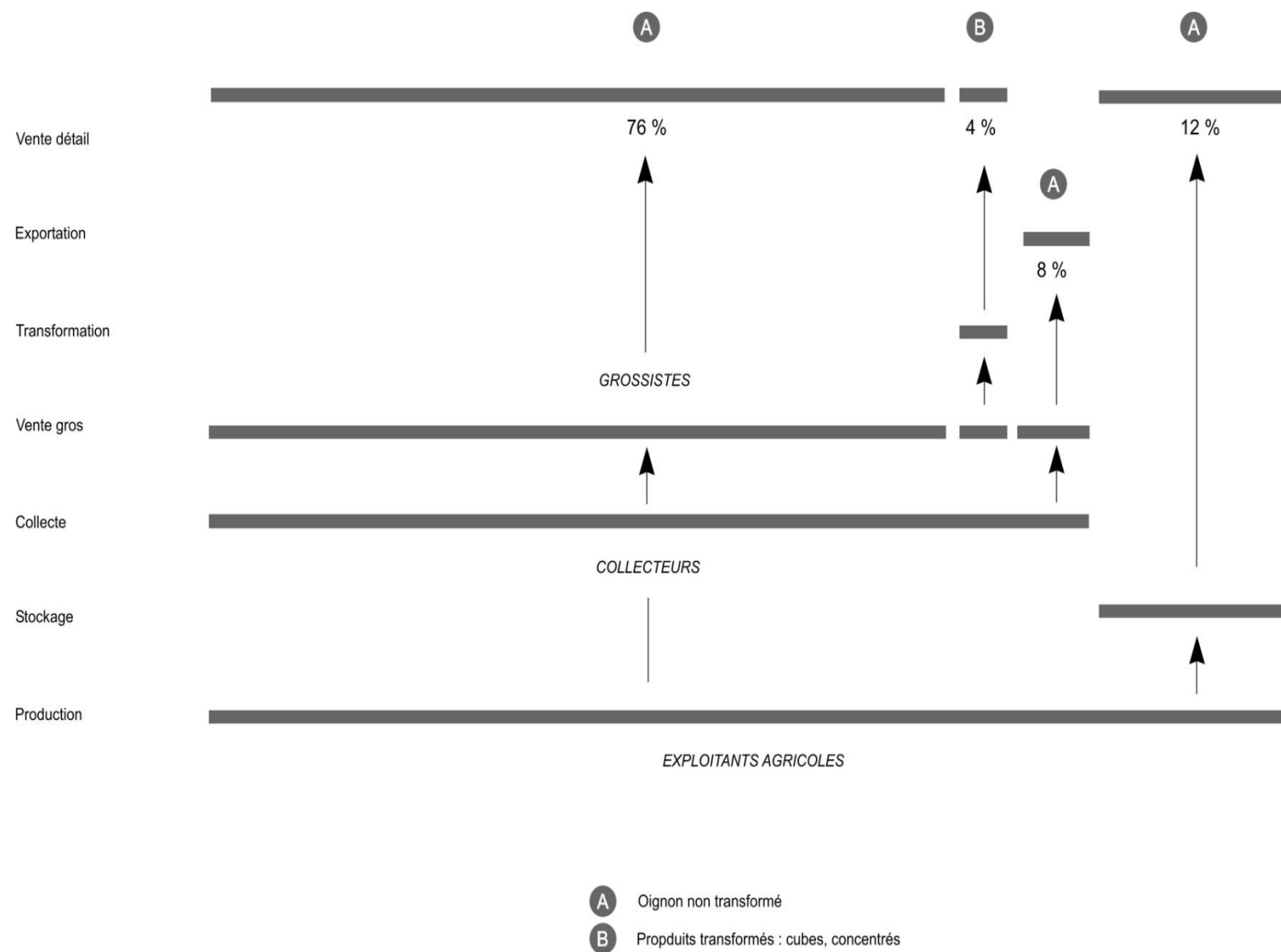
La structure de cette dépense montre que chez les producteurs, celle-ci est largement consacrée à l'acquisition des produits des produits sur le champ ; près de deux tiers des dépenses dans les ménages sont consacrées à l'activité de post récolte. L'autoconsommation

constitue également un poste dominant chez les producteurs ; elle représente 51% de leurs dépenses alimentaires.

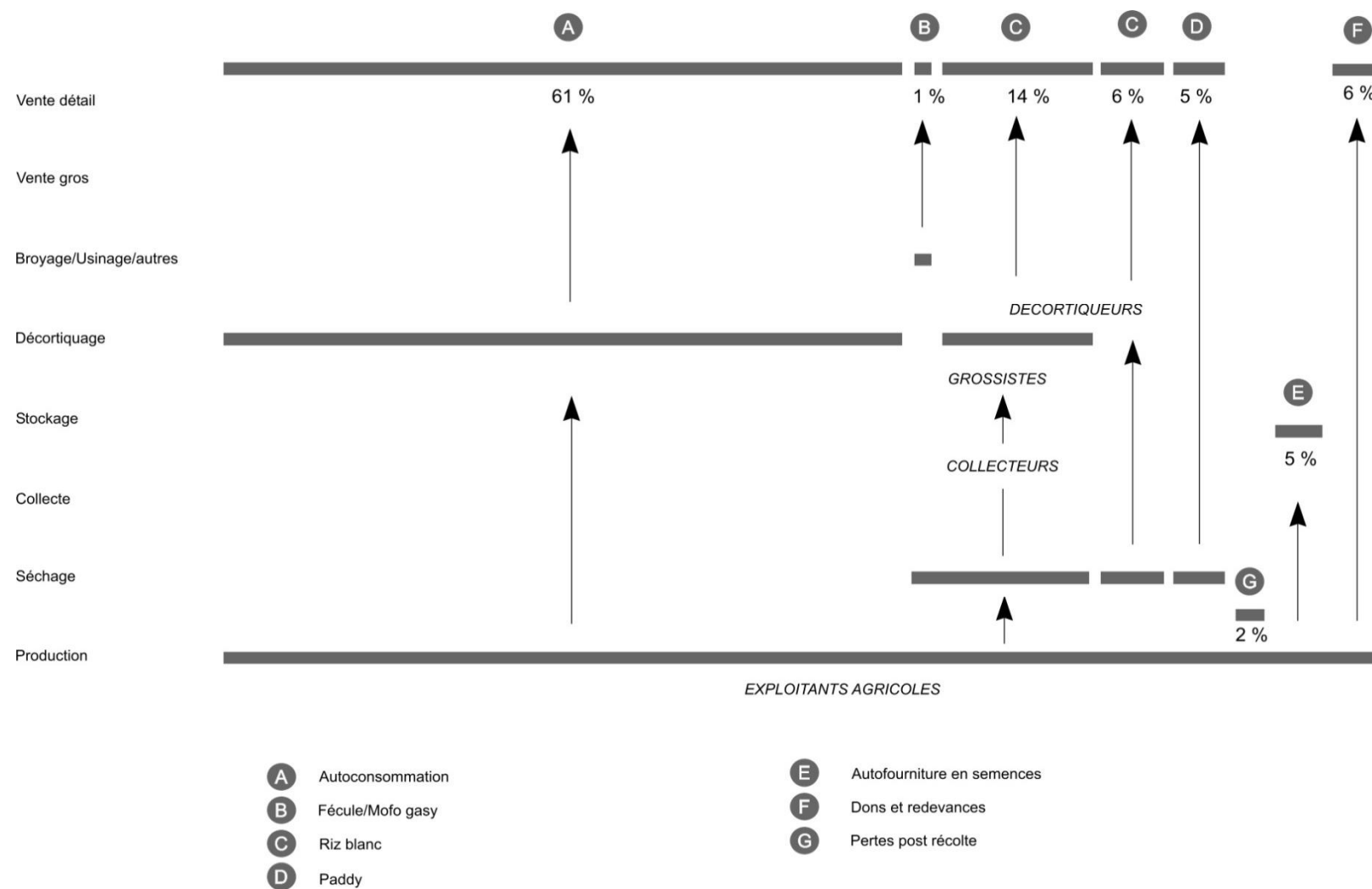
Au niveau des dépenses non alimentaires, l'autoconsommation des ménages pauvres représente 41,2%. Le bois et charbon de bois, le savon, les dépenses pour cérémonies diverses et la santé constituent les postes de dépenses les plus importants chez les ménages pauvres.

Les textes portant réorganisation agraire et foncière (RAF) ont fait l'objet de plusieurs relectures pour tenir compte de l'évolution des réalités nationales. Leur mise en œuvre est encore limitée bien que constituant un impératif dans le cadre des initiatives de réduction de la pauvreté ; la répartition et la possession des terres, surtout cultivables (y compris l'attribution de titres de propriété), ont des incidences décisives sur la production, le revenu et les conditions de vie des ménages pauvres ruraux. Au-delà de son accès en tant que ressource productive agricole, la terre peut aussi être valorisée en tant que patrimoine foncier et principal actif des ménages pauvres. Il est aussi possible de lui attribuer une valeur d'échange en vue de favoriser l'allocation la plus efficace de cette ressource naturelle entre plusieurs utilisations possibles et ainsi contribuer à l'amélioration du bien-être des pauvres. Enfin, dans le cadre du financement de micro-infrastructures ou d'activités génératrices de revenus, la terre, souvent le seul actif des ménages pauvres, peut servir de garantie à l'octroi de crédits ou de prêts

Les processus du flux de l'échange dans la commune



Source : construction de l'auteur à partir des données du rapport économique du CSA ou centre de service agricoles (2011)



Source : construction de l'auteur à partir des données du rapport économique du CSA ou centre de service agricoles (2011)

Les collecteurs-grossistes-détaillants c'est-à-dire les médiateurs commerciaux sont les acheteurs qui sillonnent plusieurs localités à la recherche des produits agricoles pour assurer l'approvisionnement de leurs clients. La collecte est faite au niveau des villages de la commune Alakamisy pour l'oignon et le haricot et en ce qui concerne le riz, en plus des lieux précités, ils s'approvisionnent sur le marché de Mangamila et sur le marché d'Anjozorobe. La voie Mangamila- Alakamisy constitue donc un endroit d'approvisionnement pour les collecteurs-grossistes- détaillants et un poste de vente pour les producteurs. Les producteurs assument à eux seuls les fonctions de collecte, de transport, de stockage et de distribution du bois énergie. Ils vendent leur produit soit à domicile ou dans des magasins ou boutiques.

Le prix du riz constitue le déterminant le plus important du bien-être à Madagascar étant donné la place occupée par ce produit dans le panier de consommation. Ce facteur constitue aussi une variable non négligeable du point de vue décisionnel dans la mesure où il peut être influencé par des interventions gouvernementales. Toutefois, le manque de compréhension des mécanismes de formation des prix empêche parfois la formulation de mesures de politique appropriées.

Pour combler cette lacune, le Recensement des Communes a fourni une base de données spatiale et temporelle sur les prix du riz à Madagascar.

Malgré les opportunités que représente le riz pluvial sur *tanety*, l'attachement à tout prix aux rizières irriguées est profondément enraciné dans les stratégies paysannes des hautes terres malgaches. La riziculture aquatique suit une logique propre en situation de variabilité du milieu et notamment d'accès différencié à l'eau: la recherche d'un équilibre de niveau inférieur en terme de productivité mais plus sécurisé en terme de gestion du risque alimentaire. Les comportements rapportés dans cet article ne peuvent pas être extrapolés à l'ensemble des hautes terres malgaches, l'échantillonnage des sites et des paysans enquêtés n'étant pas statistiquement représentatif. Le cas de ses confins occidentaux pourrait par exemple révéler des réalités différentes car l'économie rizicole y est plus monétarisée.

2. Les charges des collecteurs

Les collecteurs font partie de la chaîne de commercialisation. Ce sont parfois des paysans installés dans les villages ou des commerçants périodiques qui achètent les produits fournis par les producteurs auprès des paysans. Ils font du porte-à-porte pour collecter. La période de

prédilection pour la collecte est la période d'abondance, car durant cette période la filière est vendue à un prix bas

Ces collecteurs supportent des charges de commercialisation qui sont liées au transport, au paiement des taxes communales dans les marchés. Ces charges sont fortement pondérées par le volume des transactions effectuées par cette catégorie d'acteurs.

Les collecteurs font partie de la chaîne de commercialisation dans la commune. Ce sont parfois des paysans installés dans les villages ou des commerçants périodiques qui achètent les produits auprès des paysans. Ils font du porte-à-porte pour collecter les riz, le haricot ou les oignons.

La période de prédilection pour la collecte est la période d'abondance, car durant cette période ces filières sont vendues à un prix bas. Ces collecteurs supportent des charges de commercialisation qui sont liées au transport, au paiement des taxes communales dans les marchés. Ces charges sont fortement pondérées par le volume des transactions effectuées par cette catégorie d'agent. Les composantes de ces charges sont illustrées dans le tableau 18 :

Tableau 17: Charges supportées par les collecteurs par localité (Ariary)

Rubriques	riz	haricot	oignon
Coût d'opportunité du temps mis par voyage	20000	20000	20000
Transport (carburant si c'est prioritaire)	60000	60000	60000
Ticket de place	1000	1000	1000

Source : enquête personnelle (Mai 2012)

Du tableau 10, il ressort que les charges de commercialisation des collecteurs varient en fonction des zones d'approvisionnement. Elles sont de 1000 Ar/kg et 800Ar/kg pour les collecteurs de riz et les autres filières respectivement. Il en ressort également que les coûts de transport sont les plus importants. Les coûts de transport sont de 100Ar/kg et 150Ar/kg pour les collecteurs de riz. Ces coûts sont plus élevés pour les collecteurs des autres fokontany à part Alakamisy en raison du mauvais état de la route. Les collecteurs vendent leur produit aussitôt qu'ils sortent de la

brousse. A Mangamila le marché a lieu tous les Jeudis. Ils vendent directement dans les marchés urbains. Ils n'ont pas de comptoir sur les marchés et ont pour stratégie d'acheter ces produits quand le prix est au plus bas, c'est-à-dire durant la saison de production. Ils diminuent la fréquence des descentes dans les villages en périodes de pénurie, car la quantité de ces filières qu'ils peuvent y trouver est insignifiante pour justifier un déplacement. Dès lors, ce sont les collecteurs basés dans les villages qui sillonnent les villages alentours avec un camion pour acheter les produits agricoles que les villages ont destiné pour eux. Il arrive également que les femmes fassent des livraisons à domicile auprès de ces collecteurs.

B. LES PRIX PRATIQUES ET LES UNITES DE MESURE

D'entrée de jeu, nous faisons observer que les unités de mesure utilisées pour la commercialisation ne sont pas les mêmes. Elles diffèrent d'une zone à l'autre et d'un marché à l'autre. Cependant, chaque agent y va de son habileté et de son expérience pour obtenir une grande quantité de production en une seule prise. Le prix du riz par exemple ne fait pas l'objet de marchandage. Chaque acteur connaît les prix pratiqués en fonction du moment de l'année, des unités de mesure et de la qualité de la production par an.

1. Les prix moyens de vente pratiqués par les producteurs

Les unités de mesure et les prix sont très souvent imposés par les acheteurs (collecteurs) qui procèdent différemment, selon qu'ils rencontrent des paysans bien organisés ou non dans les villages. Le riz est vendu au kilogramme. A Alakamisy, l'unité de mesure est le « vata » qui correspond 20KG. Le poids de chacune de ces unités de mesure est variable. Il faut cependant observer que même avec la même unité de mesure, les quantités prélevées sont différentes d'un intervenant à l'autre, comme préconise l'affirmation suivante : « "La [quantité](#) et la [valeur](#) de la [terre](#) qu'un [homme](#) possède ne peuvent jamais être un secret, et peuvent toujours se constater avec une grande précision. Mais la somme totale de ce qu'il possède en [capital](#) est presque toujours un secret⁴⁸."

Généralement, les paysans ne veulent pas vendre avec balance Roberval qui est visiblement plus grand que la boîte de lait. Ce qui arrive donc c'est que, suivant la qualité du

⁴⁸ [SMITH](#) (A), « recherche sur la nature et les causes de la richesse des nations ».

paysan, les collecteurs augmentent la contenance de cette balance Roberval en les surmontant de leur main. C'est plus qu'une habitude pour ces collecteurs de procéder ainsi au détriment des paysans. Ce phénomène est plus observé et a été décrié dans la zone de Tafaina.

Le tableau 15 ci-contre montre la variation des prix moyen de vente dans les différentes zones.

Tableau 18: Prix moyen de vente des filières dans les localités d'étude en Kg

Périodes	riz	haricot	oignon
Pénurie	750	870,5	700
Abondance	500	520,5	550,75
Variation (%) du prix de vente	33,33	40,20	21,32

Source : enquête personnelle (Mai 2012)

Le tableau 15 montre que pendant les périodes d'abondance, les filières coûtent moins cher dans les zones de production. Durant la période de récolte (Avril, Mai, Juin), plusieurs paysans disposent encore des produits. Ils le vendent rapidement pour assurer les rentrées scolaires des enfants. Nous notons également qu'à Marovato et Ankahifotsy, le prix est plus élevé par rapport aux autres fokontany. Ce résultat pourrait s'expliquer par le fait qu'à Alakamisy les paysans sont regroupés au sein d'une association et pratiquent les ventes groupées. Bien qu'à Tafaina les paysans soient également organisés au sein d'une association, l'influence de leur groupe ne se fait pas ressentir au niveau des transactions qu'ils opèrent.

A Marovato et Ankahifotsy par contre, il n'existe aucune forme d'association autour du flux commercial. La proximité de la commune Mangamila, lieu du marché permet aux femmes de connaître les prix de vente des détaillants au niveau du marché.

C'est sur cette base qu'elles peuvent exiger un prix acceptable à l'endroit des collecteurs. En période de pénurie les prix connaissent une légère augmentation. Ils augmentent de 20,04%, 17,67% et 26,70% à Alakamisy et les autres respectivement. Cette augmentation des prix aurait

pu profiter aux paysans s'ils attendaient la période de pénurie, mais ces derniers, face à un besoin pressant d'argent vendent rapidement leur produit.

2. Les prix moyens d'achat et de vente des collecteurs

Le tableau 20 ci-contre récapitule les prix moyens d'achat et de vente des collecteurs en période d'abondance et de pénurie.

L'impact de ces différences de période de récolte se reflète au niveau des prix du riz qui s'avère être plus bas en période de récolte. En période de récolte, les prix augmentent à mesure qu'on s'approche des centres urbains. La théorie économique suggère que les prix des produits agricoles augmentent à mesure qu'on s'approche des villes. Les différences de prix découlent des frais engendrés par le transport des produits des centres de production vers les centres de consommation.

Le prix du riz est plus élevé en période de soudure suite aux frais de stockage, et plus particulièrement aux coûts d'opportunité du capital. Les communes où l'insécurité règne affichent aussi des variations saisonnières de prix plus grandes.

Tableau 19: Prix moyen d'achat et de vente des collecteurs par période (Ar/kg)

	riz	haricot	oignon
Période de pénurie			
Prix d'achat	750	870,5	700
Prix de vente	1400	1350	1000
Période d'abondance			
Prix d'achat	500	520,5	550,75
Prix de vente	1000	1000	750
Variation (%) du prix d'achat	33,33	40,20	21,30
Variation (%) du prix de vente	28,60	25,90	25

Source : enquête personnelle (Mai 2012)

Du tableau précédent, il ressort que les prix varient en fonction des périodes comme c'est le cas pour les producteurs. Ce qui est d'ailleurs logique, puisque qu'ils achètent auprès des paysans/récolteurs. De la période de pénurie à la période d'abondance, les prix connaissent une

augmentation de 11,76% pour le riz 20% de haricot et 37,50% pour la filière oignon et pour le prix d'achat et de 16,66% pour le riz, 25,92% pour le haricot et 25% pour l'oignon, pour le prix de vente pour les collecteurs.

Ces résultats traduisent le fait que les collecteurs ont des sources d'approvisionnement diverses. Ces derniers préfèrent acheter dans les villages où les paysans acceptent des prix bas. Ce qui peut être défavorable à long terme pour des producteurs bien organisés.

Par ailleurs, il ressort que les collecteurs de la zone vendent à un prix élevé. Cela trouve une explication dans le fait que la zone est très enclavée et les paysans se débarrassent simplement de leur produit, ce d'autant plus que les quantités qu'ils désirent consommer eux-mêmes ne sont pas importantes. Nous remarquons également que le prix d'achat et le prix de vente augmentent, en proportion plus grande pour la filière haricot par rapport à aux riz et aux oignons.

Par ailleurs, il ressort que les prix d'achat et de vente des grossistes ou les agents que les collecteurs vendent leurs dépôts, diffèrent en fonction des stratégies d'achat et ne sont pas les mêmes. Nous n'observons que les prix de vente déclarés par ce groupe d'acteurs diffèrent des prix d'achat des collecteurs. Ce qui nous amène à dire que l'information est délibérément déformée et qu'il n'y a pas fluidité de celle-ci.

C. LES MARGES

Les données collectées ont été dépouillées manuellement. Elles ont ensuite été classées en données quantitatives et en données qualitatives. Les données qualitatives ont ensuite été codifiées et introduites dans le logiciel SPSS à l'aide d'un masque de saisie. Les données quantitatives ont été introduites dans le tableur EXCEL. Les marges brutes et les marges nettes sont utilisées dans la présente étude comme des indicateurs de rentabilité.

Pour donner un sens économique à ces marges nous avons calculé ce qu'elles représentent par rapport au prix d'achat et au prix de vente. Les marges des récolteurs ont été calculées de la manière suivante :

- ▶ $MBr = PV - (Cmo + Cb)$ $MN = MB - Amn$
- ▶ Où MBr = Marge brute des producteurs
- ▶ Cmo = Coût de la main d'oeuvre

► Cb = Coût du bois de chauffe

1. Les marges des producteurs

Tableau 20: Les marges des producteurs par localité (Ar/kg)

	riz	haricot	oignon
Période de pénurie			
Marges brutes	200	250	200
Période d'abondance			
Marges brutes	100	150	120
Variation (%)	5	4	4

Source : enquête personnelle (Mai 2012)

Au regard de ce tableau, nous pouvons dire que les marges tout comme les prix de vente varient en fonction des périodes d'abondance et de pénurie. Ces résultats, nous font observer que les producteurs qui sont en réalité responsables de toute la récolte enregistrent parfois des marges négatives. C'est le cas des producteurs qui ne rentrent pas du tout dans leur fonds que ce soit en période de pénurie ou d'abondance.

En période d'abondance, les marges des producteurs de riz par exemple se montent à 200Ar/kg, 100Ar/kg en période de pénurie.

Pour les autres filières, 350Ar pour la filière haricot en période d'abondance et 200Ar en période de pénurie. Pour la filière oignon, 250Ar pour la période d'abondance et 300Ar pour la période de pénurie.

Ce qui représente respectivement 25,16% de leur prix de vente.

Il convient de mentionner que ces marges sont calculées sur la base des coûts de récolte uniquement. S'il faut prendre en compte les coûts de plantation des filières, les marges diminueront davantage et pourraient s'annuler. Les paysans n'étant pas les seuls à vouloir bénéficier de leurs activités, qu'en est-il des autres agents ?

2. Les marges des collecteurs

Les marges de commercialisation des collecteurs sont regroupées dans le tableau en fonction des périodes

Tableau 21: Les marges des collecteurs (Ar/kg)

	riz	haricot	oignon
Période de pénurie			
Marges brutes	650	480	300
Période d'abondance			
Marges brutes	500	480	200
Variation (%)	23,10	0	33,33

Source : enquête personnelle (Mai 2012)

Les collecteurs ont des marges brutes de 350 Ar/kg, et 250 Ar/kg en période d'abondance. Elles sont de 350Ar/kg pour le haricot en période de pénurie et 200Ar/kg en période d'abondance pour les collecteurs de légumes. De plus leurs marges représentent 28,57% pour le riz et 42,85% pour le haricot et 25% pour la filière oignon pendant les périodes de pénurie et d'abondance respectivement.

Ce résultat indique que les producteurs de la zone d'Alakamisy et ses environs sont manifestement exploités par rapport à ceux du prix imposés par les collecteurs. Nous constatons également que d'une manière générale, les collecteurs ont des marges élevées pendant les périodes d'abondance.

D. COMPARAISON DES COUTS ET DES MARGES

Le calcul des coûts et des marges, tel que présenté dans les sections suivantes nous permet de faire un récapitulatif.

Tableau n°22: Récapitulatif des coûts et des marges de commercialisation Ar/kg)

	Riz			Haricot			Oignon		
	Coût	Mb (Pn)	Mb (Ab)	Coût	Mb (Pn)	Mb (Ab)	Coût	Mb (Pn)	Mb (Ab)
Producteurs	750	200	100	870,5	250	150	700	200	120
Collecteurs	1400	650	500	1350	480	480	1000	300	200
Variations (%)	46,40	69,20	80	35,51	47,90	68,80	30	33,33	40

Source : enquête personnelle (Mai 2012)

En prenant en compte les intermédiaires de la chaîne de commercialisation de vente, on s'aperçoit, à travers le tableau précédent que les collecteurs supportent les charges de commercialisation les plus faibles dans le circuit de commercialisation entre les deux agents.

Dans le circuit, c'est les producteurs qui ont les plus fortes charges à l'unité. Ce qui est compréhensible au regard des quantités manipulées par jour.

En période de pénurie, les charges des collecteurs augmentent

En période d'abondance, les producteurs ont les plus faibles marges dans le circuit. Par contre, les collecteurs ont les marges les plus élevées pendant la période de pénurie.

Nous constatons qu'il existe des disparités dans la distribution des marges au sein de la filière. Chaque groupe d'acteurs agit indépendamment de l'autre.

E. CONTRAINTES DES ACTEURS

Il est apparu dans cette étude que les paysans ne sont pas regroupés en association pour même pas pour les autres cultures agricoles. Néanmoins, nous avons rencontré 1 (un) groupe plus ou moins organisés à Alakamisy. La filière haricot présente quelques problèmes. Les problèmes inhérents à la qualité du produit lui-même se font sentir par les producteurs qui éprouvent des difficultés pour la récolte. L'oignon est collecté en brousse et ce, pendant la saison des pluies. Il est donc difficile pour des femmes d'un âge avancé de braver cet obstacle.

Deux opérations sont apparues comme étant les plus compliquées dans la récolte du de ces filières, ce sont : le dépulpage et le concassage.

L'enclavement de la route les empêche d'écouler rapidement leurs produits. Les autres problèmes rencontrés par ces producteurs sont liés à la commercialisation. La façon de mesurer le haricot est mauvaise à Alakamisy comme à Tafaina, la recherche des acheteurs pour procéder aux ventes en groupe est particulièrement difficile en raison de l'enclavement de la zone.

Dans la commune, les ventes individuelles et le manque d'organisation des producteurs favorisent la création de plusieurs maillons dans la chaîne de commercialisation qui commence dans ces localités.

Cette situation fait en sorte que les commerçants, surtout ceux de collecteurs privilégient cette source d'approvisionnement.

Certains commerçants (les femmes) ont déclaré qu'il était difficile voire même impossible pour elle, de se rendre dans les villages pour acheter la commune car leur époux ne le leur permettrait pas. On comprend donc aisément pourquoi certains maillons de la chaîne sont dominés par les hommes bien que ce soient les femmes qui réalisent la quasi-totalité de la production.

Les commerçants ne rencontrent pas de difficultés liées à la qualité du produit. Cependant, ils font face à quelques problèmes qui sont : le vol, la route pendant la saison de pluie, la survenue des bagarres lors de l'acquisition des produits dans les marchés, les erreurs de décompte du nombre de kilo et quelques fois, les tracasseries policières.

Nous avons par ailleurs constaté qu'il est difficile de collecter des taxes auprès des acteurs qui se retrouvent sporadiquement sur le marché. Ce cas de figure s'observe beaucoup plus dans les marchés ruraux. Très peu de commerçants sont établis de façon permanente. Le passage d'une activité à l'autre est très fréquent car les commerçants changent de produits en fonction des opportunités qu'offre le marché. Ce qui est préférable pour eux c'est de travailler en réseaux avec des collecteurs bien ciblés et de communiquer par le biais du téléphone. C'est la garantie que l'argent ne sera pas utilisé pour acheter d'autres produits ou que le commerçant ne fera pas un déplacement inutile.

Les contraintes des paysans sont liées à la pénibilité du travail que nécessite la récolte ; notamment le dépulpage et le concassage. De plus la récolte se fait en saison des pluies. Les commerçants ne rencontrent pas de difficultés particulières à cause de la nature non périssable du produit. Toutefois ils rencontrent quelques difficultés liées aux tracasseries policières ; surtout lors que le produit est transporté sur une longue distance.

En guise de conclusion partielle, Tous ces agents réalisent une seule fonction : la fonction d'échange. Les paysans sont engagés dans l'exploitation. Les paysans s'occupent de la récolte et les collecteurs s'occupe du transfert du produit des zones de production vers les marchés ruraux ou urbains.

Les seuls accords qui sont passés se font de manière verbale et sont nourris par la confiance auprès de collecteurs. . Les résultats montrent que 43,3% des paysans le destinent à la vente et 57,6% destinent ce produit à la vente et à l'autoconsommation.

Les acteurs du système de production et du système de commercialisation supportent plusieurs charges. Ces charges sont liées aux différentes étapes de la récolte d'une part, et au coût

d'opportunité du temps mis par voyage, au transport, à l'impôt libératoire, au ticket de place, et à la location de place.

Les producteurs ont les charges les plus élevées, les marges les plus faibles. Tandis que les détaillants ont les marges les plus élevées et les grossistes de type 2, les charges les plus faibles. Cette analyse a ainsi démontré la complexité de la question de commercialisation interne à Madagascar et aboutit à la constatation qu'aucune politique simple ne pourrait améliorer le niveau des prix en milieu rural.

Le traitement des résultats et la discussion sur des faits observés dans la commune nous permet d'identifier les besoins de la population pour l'amélioration de l'économie familiale en milieu rural. Pour la sortie de la situation de pauvreté, de nombreux projets envisageable. Seulement il nous est évident de prioriser les questions d'équité dans les échanges commerciales car c'est un capital pour une meilleur production et une rentabilité juste. Ainsi, cette partie propose une prospective de flux commercial. Cette prospective comprend des projets à court terme et à long terme des différentes catégories internationales, nationales et locales.

TROISIEME PARTIE

REDYNAMISATION DE L'ECONOMIE FAMILIALE, UN LEVIER POUR UN DEVELOPPEMENT EQUITABLE ET DURABLE

CHAPITRE V : PRECONISATION ET ELEMENTS DE REDYNAMISATION DE L'ECONOMIE FAMILIALE RURALE

Quelques éléments de propositions ont pu être définis à partir des enquêtes réalisées. D'autres points sont évoqués afin de nourrir les prochaines réflexions sur la dynamique de l'économie familiale face à l'iniquité commerciale

I. Dimension sociologique de la redynamisation de l'économie familiale

La redynamisation de l'économie familiale dispose des stratégies alternatives dont le but étant l'amélioration des conditions de vie des ménages en milieu rural.

Suivant la dimension ex-anté sur la stratégie d'intervention en milieu rural, l'économie familiale est condamnée dans une logique de survie, d'autosubsistance et d'autoconsommation en matière de production et de commercialisation. Le surendettement est révélateur d'une dégradation des conditions de vie d'une partie de la population et participe au processus d'exclusion sociale. Dans un contexte de crise, qui va selon toute vraisemblance peser sur la situation des ménages les plus fragiles, les solutions devront être combinées avec des mesures sociales et financières pour lutter contre la pauvreté, la méconnaissance des questions financières et promouvoir l'inclusion sociale. Ainsi, la redynamisation de l'économie familiale vise à promouvoir la capacité entrepreneuriale des paysans (producteurs) pour que cette économie familiale ne chemine plus sur cette logique d'usure, fortement empreinte de la logique de marché.

A cet égard, en insistant plutôt sur l'encastrement culturel, politique de l'action économique, ce qui amène à « prendre en considération les systèmes de valeurs, les interactions, le rapport à l'environnement et aux institutions, les dispositions sociales, physiques et culturelles des individus⁴⁹ ». Dans ce but, la stratégie d'intervention en milieu rural doit tenir compte de ces dispositions car un sociologue dépasse la description de situations uniques dont l'explication repose sur des faits contingents.

La dimension d'une synergie entre stratégie de développement rural ex-post et logique entrepreneuriale de la population repose sur la gestion stratégique qu'il s'agit de la stratégie de la

⁴⁹ GRANOVETTER (M). - Le marché autrement. Les réseaux dans l'économie. Préface de Jean-Louis LAVILLE, Benoît Levesque et Isabelle This-Saint-Jean ; introduction de l'auteur. Paris, Desclée de Brouwer (Sociologie économique), 2000, 239 p., 160 FF.

personne (le créateur). Selon S. SAMMUT l'une des principales caractéristiques de la phase de démarrage se situe dans la mise en relation des cinq pôles essentiels que sont « l'entrepreneur, l'organisation, l'environnement, les activités et les ressources financières⁵⁰ ».

II. Commerce équitable et développement durable

Le commerce équitable vise à promouvoir une forme de commerce dans laquelle aucun des acteurs, qu'il s'agisse du producteur, de l'acheteur ou du vendeur, n'est désavantagé et où tous obtiennent des profits raisonnables et proportionnés. Partant du constat que les producteurs des pays du Sud tirent l'essentiel de leurs revenus des matières premières, il leur garantit un prix supérieur aux cours mondiaux afin de leur assurer des revenus décents. Il vise également à limiter au maximum le nombre d'intermédiaires entre les producteurs et les consommateurs pour accorder aux premiers une part plus importante de la valeur totale du produit fini. Il consacre l'idée selon laquelle, plutôt que de soutenir financièrement ces pays, il est préférable de leur donner les moyens de se développer par eux-mêmes⁵¹.

Le commerce équitable s'inscrit dans la stratégie nationale de développement durable.

« Le développement durable est un développement qui répond aux besoins du présent sans compromettre la capacité des générations futures de répondre aux leurs⁵² ». Un développement « socialement équitable » s'assure que les communautés humaines actuelles, de même que les générations futures, soient en mesure de combler leurs besoins essentiels, aient accès à des emplois, un logement, des services sociaux, de santé et d'éducation. Il veille également à ce qu'elles puissent participer au processus des décisions qui les touchent – sans ségrégation sociale. Cela suppose l'existence de démarches claires et transparentes et l'habilitation de la population à participer. Pour installer un climat de confiance, il faut investir des efforts et des ressources afin de partager les connaissances et de favoriser les échanges.

⁵⁰ SAMMUT S., Comment aider les petites entreprises jeunes ? *Revue Française de Gestion*, septembre-décembre, 1998, pp.28-41.

⁵¹ Cf. Slogan « Trade, not aid ! » lancé par les représentants du Tiers-monde en 1968 lors de la deuxième conférence des Nations Unies pour le Commerce et le Développement.

⁵² Brundtland, 1987

Le prix d'achat garanti ne constitue pas le cœur de notre « démarche équitable ». Ce prix d'achat « garanti » reste élaboré en fonction des cours mondiaux. Nous pensons que la reconnaissance du travail du paysan producteur de riz ou d'haricot commence par la reconnaissance de la spécificité de son travail et de la filière qu'il produit. En mettant en valeur la diversité des terroirs et de leurs richesses nous souhaitons élever la valeur affective et marchande du riz, de l'haricot et de l'oignon et qu'ils cessent de se négocier comme du pétrole.

Notre réussite ne peut être possible qu'avec la reconnaissance de ces terroirs par le consommateur. Il y a donc une communauté d'intérêts économiques entre nous et les territoires considérés. Les rapports que nous entretenons avec nos fournisseurs s'inscrivent dans la durée.

Notre objectif est de nous associer aux acteurs locaux (producteurs, collecteurs, grossistes et exportateurs) pour créer un moteur d'investissement et d'activité dans ces territoires. Une relation durable et fidèle doit leur permettre une plus grande sérénité et donc une prise de risque plus importante dans d'autres secteurs d'activité essentiels au développement économique local. L'objectif étant d'améliorer la rémunération et le bien-être des producteurs et de leurs familles par l'offre de meilleures conditions commerciales.

III. Considérations institutionnelles

Bien que le cadre de politique et le niveau du financement puissent apparaître comme des facteurs cruciaux de succès pour la mise en place d'une équité commerciale entre les agents de marché et la vulgarisation agricoles, un consensus s'est fait jour autour de l'idée que ces domaines requièrent des changements institutionnels en profondeur.

Afin d'inverser ces tendances et de donner un nouvel élan à la mise en question des relations entre les producteurs et les autres acteurs, la recherche agricole doit subir une profonde mutation institutionnelle.

Il s'agit là du premier point à régler pour transformer la production. L'un des principaux défis consiste à trouver une manière viable de faire participer les organisations non gouvernementales (universités, fondations, associations de producteurs) ... et les sociétés privées au processus de régulation du flux commercial existant maintenant.

Un second défi à relever est de mieux orienter le processus de décision sur les besoins de ses clients (les producteurs) en faisant participer plus étroitement les agriculteurs aux décisions en matière de stratégies de développement. Des changements dans ce sens ont déjà cours... mais il faudra les accélérer. S'ils portent leurs fruits, il sera beaucoup plus facile de convaincre les institutions de prêt de recommencer à s'intéresser à la problématique de commerce entre les agents locaux d'abord et nationaux ensuite, comme elles l'ont fait dans le passé. Mais un leadership politique national est également essentiel en ce sens.

En dépit des efforts accomplis par les organisations pour assurer la fiabilité de leur démarche (mise en place de systèmes de garantie répondant aux normes de certification internationales...), le commerce équitable a commencé à souffrir d'un usage galvaudé. L'arrivée massive de nouveaux acteurs, attirés par le dynamisme de ce marché, a fait émerger une crainte quant à leur réel engagement. Dans ces conditions, le risque d'utilisation du terme « équitable » à des fins marketings n'est pas totalement absent.

Au-delà de ces dérives possibles, force est de reconnaître que la multiplication des labels de commerce équitable n'est pas sans créer une certaine confusion chez les consommateurs. Ainsi, la nécessité de clarifier le concept s'est fait ressentir. A émergé l'idée qu'il serait souhaitable que les pouvoirs publics définissent des critères de référence uniques afin que le commerce équitable ne devienne pas un simple argument de vente.

Devant l'accroissement des besoins de la production agricole et d'une économie à l'échelle mondiale, l'intervention du gouvernement dans la planification agricole est devenue une nécessité. Ainsi, le gouvernement a pu, en fonction de caractéristiques climatiques et physiques, opérer une spécialisation de l'agriculture par région (Ex. : élevage du bœuf de boucherie et blé dans l'Ouest ; industrie laitière dans l'Est).

L'action du gouvernement se concrétise dans des plans de développements adaptés à chaque production lui assurant une productivité accrue. L'intervention de l'État se fait de plusieurs façons. Par exemple, les subventions incitatives pour certaines productions fortement en demande, création d'organismes paragouvernementaux (ex. : Commission canadienne du lait, du blé, Régie des marchés agricoles). Bien menée, cette intervention de l'État est bénéfique ; les producteurs sont assurés de vendre leurs produits, chaque groupe offrant une partie indispensable de la production ; les consommateurs sont assurés d'obtenir plus facilement les diverses denrées qu'ils réclament. Conscients de leurs responsabilités, les agriculteurs eux-mêmes organisent

rationnellement leur production selon les besoins (plans conjoints, organisation de fédération de producteurs, par exemple, pour les œufs, le porc, le lait, etc.

IV. Commerce équitable et stratégie de développement local

Le développement local demeure une alternative à la mondialisation dans la mesure où il vise la redynamisation de bassins pour la création d'emplois locaux.

Certains de ces projets peuvent être sectoriels, par exemple les projets d'irrigation dans le domaine de l'eau ou les projets d'électrification, mais dans tous les cas leur dénominateur commun demeure l'inscription territoriale. Ces expériences, toutefois – et c'est là l'une des conditions de leur réussite – ne visent pas à la fermeture du pays sur lui-même. Bien plus, initiées par des coopérations internationales, elles s'inscrivent dans un **développement ouvert sur l'extérieur** et, à terme, sur un transfert des compétences.

À l'heure actuelle, la seule grande orientation prise au plan de l'organisation de l'agriculture est celle de l'instauration d'entreprises agricoles économiquement rentables. Comment ces entreprises seront-elles finalement constituées ? Il existe plusieurs possibilités comme il est possible que chaque forme d'entreprise agricole continue à se développer.

Nous avons connu la ferme familiale. Il est fort possible qu'elle continue à se développer.

Par des ententes père-fils, elle peut devenir une entreprise qui fera vivre la propriétaire actuel, le père, et son ou ses futurs propriétaires, les fils.

Par ailleurs, la coopération par son rythme de développement, pourrait permettre la création de fermes coopératives. Déjà, certaines formes de coopération existent pour la machinerie agricole. Il ne serait pas surprenant de voir, un jour, l'État organiser lui-même des fermes pour répondre aux besoins. Dans certains pays, cette intervention de l'État est devenue nécessaire.

Ainsi, le travailleur agricole de demain pourrait tout aussi bien être un propriétaire entrepreneur, un employé de l'État ou un salarié d'une grande firme pratiquant l'intégration verticale. Malgré ces possibilités, la tendance actuelle demeure surtout celle de la propriété individuelle de l'entreprise agricole.

Pour participer efficacement à l'agriculture moderne telle qu'elle se dessine actuellement au Québec, l'agriculteur doit modifier son attitude vis-à-vis de l'agriculture, acquérir des traits

personnels et professionnels en concordance avec les impératifs de cette agriculture. Une scolarisation plus élevée, une adhésion qu'il juge essentielle et une participation plus active aux organismes agricoles et une meilleure intégration aux organismes de son milieu caractérisent sur le plan personnel l'agriculteur moderne. Une conception nouvelle de l'agriculture, un esprit plus ouvert à la science et au progrès, une administration rationnelle de son entreprise et une intégration à la société moderne constituent l'essentiel de ses traits professionnels.

■ **Traits personnels :**

1. – Scolarisation plus élevée.

Pendant longtemps l'instruction fut une préoccupation secondaire pour l'agriculteur. Selon la tradition populaire, il n'était pas nécessaire d'être instruit pour pratiquer l'agriculture. Cette attitude a aujourd'hui comme conséquence qu'un bon nombre d'agriculteurs, surtout parmi les plus âgés, ont un niveau d'instruction très faible.

Présentement, les agriculteurs manifestent une attitude de plus en plus favorable à l'éducation, à l'acquisition de nouvelles connaissances pour améliorer leur production.

Cette volonté nouvelle des agriculteurs vient sans doute du fait qu'ils sont moins isolés du monde urbain où la nécessité de l'instruction a toujours été plus fortement ressentie. D'autre part, les agriculteurs eux-mêmes sentent le besoin de posséder une formation plus poussée dans plusieurs domaines : agriculture, économie, gestion, administration, commercialisation, etc. ... suite aux transformations de l'agriculture.

2. – La participation

Pendant longtemps, l'individualisme a été le trait dominant de l'agriculteur québécois. Mais les temps ont changé et l'agriculteur moderne sait que le succès réside dans la participation. L'accroissement de sa participation effective tient à plusieurs causes.

Grâce à une meilleure instruction, il sait qu'il a droit de participer aux décisions qui le concernent. Par ailleurs, puisque l'agriculture est aux prises avec des difficultés de toutes sortes, les agriculteurs ont senti le besoin de s'unir pour défendre leurs intérêts. Ainsi, l'agriculteur a été amené à participer à diverses actions collectives pour solutionner ses problèmes.

Enfin, l'évolution de l'agriculture oblige une plus grande participation de la part de l'agriculteur, de plus en plus dépendant d'un nombre sans cesse croissant d'agents pour l'achat de ses approvisionnements et la vente de ses produits agricoles. Afin de tirer le meilleur parti de sa situation il tient à participer pour influencer favorablement les décisions prises à un niveau

supérieur (politique et économique). Le syndicalisme et la coopération principalement l'ont aidé, en ce sens.

3. – Adhésion aux organismes agricoles

Plusieurs organismes agricoles ont été créés pour défendre et promouvoir les intérêts de l'agriculture et de ceux qui la pratiquent. L'adhésion d'un plus grand nombre d'agriculteurs à ces organismes est une preuve de leur participation. Naturellement, plusieurs ne sont pas convaincus de l'utilité de ces organismes et n'assistent que rarement aux réunions et congrès. La réorganisation de l'U.C.C. en une Union de producteurs agricoles (U.P.A.) prouve que les agriculteurs actuels croient en cette participation.

4. – Intégration aux organismes du milieu

L'agriculteur moderne prend une part plus active à la vie sociale et économique de son milieu. Il ne restreint pas son champ de participation au cercle familial et parental.

Il adhère à différentes organisations du milieu que ce soit dans le domaine agricole, économique, religieux, social, politique et même des loisirs. L'agriculteur individualiste et renfermé sur l'univers de sa ferme a cédé le pas à un agriculteur ouvert aux problèmes de la collectivité à laquelle il est conscient d'appartenir.

■ Traits professionnels

1. – Une nouvelle conception de l'agriculture

Informé de la situation de l'agriculture, conscient de ses problèmes l'agriculteur moderne a une nouvelle conception de l'agriculture. Il la voit davantage comme une activité commerciale plutôt qu'un mode de vie traditionnel. Il choisit la profession agricole parce qu'il veut, justement, participer à cette structuration de l'agriculture moderne. Il sait, par exemple, que l'agriculture nécessite de plus en plus de capitaux et doit produire avec moins de main-d'œuvre.

2. – Esprit ouvert à la science et au progrès

De nos jours, l'agriculteur fait davantage confiance aux connaissances scientifiques pour assurer le succès de son exploitation. Devant un problème, il ne recourt plus aux solutions toutes faites mais aborde le problème sans détour en essayant de trouver la solution la plus efficace.

Cette attitude amène les agriculteurs à utiliser, par exemple, les engrais chimiques et les insecticides pour améliorer la quantité et la qualité de leur production. L'agriculteur ne se comporte plus selon des habitudes archaïques ou ancestrales. En effet, cette ouverture à la

connaissance scientifique vient du fait que l'agriculteur croit, qu'avec une technologie poussée, l'homme peut maîtriser la nature et la mettre à son service plutôt que de subir ses caprices.

Naturellement, cette maîtrise de la nature

suppose une connaissance de ses lois.

Il n'y a pas si longtemps, le séchage du foin était laissé à la merci de la bonne température.

Aujourd'hui, on l'enrange aussitôt coupé, et on le sèche artificiellement.

Ceci n'est qu'un exemple parmi tant d'autres de cette capacité de l'homme de contrôler la nature.

3. –Administration rationnelle de son entreprise

L'agriculteur moderne considère sa ferme comme une entreprise dont il est le gestionnaire ; Donc, les principes de comptabilité ne lui sont pas inconnus. Au contraire, il se renseigne afin de faire une meilleure gestion.

Il est conscient aussi de la nécessité des contrôles de production (quotas de lait par exemple) et des contrôles de qualité (classification des produits).

L'administration rationnelle de la ferme suppose qu'on la considère comme une entreprise qui nécessite des investissements productifs qui se mesurent par de la rentabilité par homme, par unité de production animale, par machine, par acre, etc. ...

4. – Intégration à la société moderne

L'agriculteur d'aujourd'hui ne vit plus dans l'individualisme et la tradition. Il s'intègre aux conditions de vie de la société moderne. Par exemple, il a les mêmes habitudes de consommation que les urbains (d'après une enquête de M. A. Tremblay et Gérald Fortin). Son intégration à la société moderne se vérifie aussi par son acceptation du progrès technique et économique, sa valorisation de l'acquisition de nouvelles connaissances, son désir de participer aux mêmes modes de vie des autres travailleurs qu'ils soient ruraux ou urbains. Par exemple, il considère que le loisir est un besoin et il réclame, comme les autres, quelques jours de congé par année.

❖ Profil entrepreneurial des ménages ruraux

La plupart des producteurs disposent d'un faible niveau scolaire, car ils n'ont suivi qu'une partie seulement de la scolarité obligatoire (55 % de l'ensemble). Le pourcentage de celles ayant fini le lycée ou une école secondaire technique/professionnelle est, respectivement, de l'ordre de 32 et 8 %. Quant aux producteurs qui ont suivi des études supérieures, celles-ci sont très

minoritaires : à peine 3 % de l'ensemble possède un diplôme universitaire ou d'un institut technologique.

Néanmoins, le faible niveau d'éducation ne les empêche pas de prendre une initiative entrepreneuriale, lorsqu'elles maîtrisent par expérience « l'art de produire. D'ailleurs, à la question « Comment avez-vous acquis initialement les connaissances relatives à la production ? », la grande majorité a répondu (fréquence : 89 %) « Au sein de la famille » (tradition familiale), et beaucoup moins (12 %) « Par apprentissage dans une autre entreprise » (empiriquement) et « à travers leur propre expérimentation » (10 % autodidactes). Une faible partie seulement des producteurs ont acquis leurs connaissances dans le cadre du système de formation officiel : 3 % dans des cours de formation professionnelle et 6 % dans des séminaires de formation.

À partir de l'analyse du profil des producteurs entrepreneurs de notre étude, il apparaît qu'il s'agit, pour la plupart, de personnes qui sont nées et habitent dans la commune, qui disposent d'un niveau éducatif relativement faible et sont, en général, d'origine rurale. Ce n'est que dans un faible pourcentage, de l'ordre de 10 à 15 % en fonction de la question, que les producteurs disposent d'un « élément dynamique » quelconque, susceptible de renforcer l'esprit entrepreneurial ou d'engendrer des innovations, tel qu'une formation universitaire, une expérience précédente en technique agricole, la migration à partir d'un grand centre urbain, etc. Dans leur majorité, les producteurs ont démarré leur activité, avec pour unique bagage, le savoir et le savoir-faire empirique qu'elles ont acquis dans le cadre de la famille et de la communauté locale, la passion et leur travail personnel.

❖ Mobilisation entrepreneuriale et stratégies familiales des producteurs

Les motivations des producteurs pour assumer une action entrepreneuriale, en créant leur propre entreprise. Les motivations concernant l'émancipation socio-économique des producteurs ruraux, qui, bien qu'ils soient souvent présentés et soulignées dans les propositions des programmes de développement local, sont beaucoup moins mises en avant par les producteurs elles-mêmes. Plus particulièrement, les questions afférentes ont reçu, en fonction du pourcentage de personnes ayant répondu, les réponses suivantes : « pour ma propre indépendance

économique » (12,2 %), « pour ne pas rester inactive/besoin de socialisation » (10,8 %), « pour une consécration sociale » (6,8 %).

On peut constater que la création d'une entreprise s'inscrit dans le cadre plus général de la stratégie familiale face à la crise du secteur agricole et à la récession économique plus générale qui affecte le milieu rural (absence d'offre de travail salarié, sous-emploi), les femmes productrices rurales sont à la recherche de ressources complémentaires dans des secteurs extra-agricoles, en tirant parti du savoir-faire qu'elles maîtrisent déjà » dans les entreprises alimentaires en question. On peut, par conséquent, confirmer que les femmes donnent la priorité à la prospérité familiale sur leurs ambitions socioprofessionnelles personnelles.

À la question « Pourquoi vous êtes-vous investie dans le secteur de la production alimentaire ? », les femmes ont répondu : « Parce que c'était ce que je savais faire/j'en fabriquais aussi chez moi » (fréquence 47,3 %), « Parce qu'il y a une demande pour les produits de notre commune » (37,1 %),

Il semble donc que le choix du secteur alimentaire, et non pas d'une autre spécialisation entrepreneuriale, soit principalement lié à la familiarité des producteurs avec l'activité en question, soit dans le sens large de la culture culinaire qu'ils possèdent et de leur pratique de la fabrication des aliments, soit dans le sens plus étroit de la maîtrise de pratiques de production précises dans le cadre d'une entreprise familiale dont elles ont hérité.

Dans le même temps, la demande croissante de produits traditionnels/locaux de la part des consommateurs a contribué au choix du secteur alimentaire, en tant que spécialisation productive de l'entreprise.

L'analyse du profil des producteurs entrepreneurs met en évidence des producteurs dynamiques, souvent dotées d'esprit novateur et de curiosité. Elles s'efforcent en effet d'être à l'écoute des besoins et des exigences évolutives du marché des produits alimentaires et de s'y adapter, en valorisant les attributs de qualité « local », « paysan » ou « fait maison » de leurs produits.

Les qualifications liées à l'entrepreneuriat ne se fondent pas sur l'éducation formelle et la formation professionnelle des producteurs, où, selon l'enquête de terrain, elles enregistrent en

général un certain déficit, mais plutôt sur les savoirs et savoir-faire tacites qui ont été transmis empiriquement d'une génération à l'autre.

Il s'agit de ménages ruraux qui valorisent les ressources locales (production agricole, savoir-faire traditionnels, travail familial, bâtiments sous-exploités, etc.) et où la qualité, la réputation ou la spécificité des produits sont reliées aux matières premières locales, aux recettes traditionnelles ou au mode de confection domestique – traditionnel – manuel. La petite échelle de production et le caractère familial de ces entreprises impliquent un faible risque entrepreneurial dans le cadre du fonctionnement des liens familiaux et des réseaux de parentés (prêts, réserves de main-d'œuvre, etc.). Une femme ne prend, en principe, de risques entrepreneuriaux que dans la mesure où son travail personnel (souvent à la limite d'un excès de travail), le capital investi (relativement faible) et la taille du marché local (ménages, tavernes-café-pâtisseries, visiteurs et touristes, etc.) procurent les revenus escomptés dans le cadre d'un projet familial.

Il ressort de l'analyse des questionnaires que les producteurs se sont investies, en valorisant « leur art » dans un espace social et géographique qui leur est familier (leur village, leur région, leur maison) et en relevant les « défis du moment », en ce qui concerne la demande de produits locaux de qualité spécifique. Les résultats de l'étude locale ont indiqué, de surcroît, qu'il ne s'agit pas de ménages fragiles créées de façon purement conjoncturelle (financements Etatique, héritage, etc.), mais d'unités flexibles et dynamiques pour la plupart, qui répondent et s'adaptent aux exigences du marché. Cependant, si ces entreprises familiales sont viables et répondent aux projets et aspirations initiales des producteurs quant à leur occupation entrepreneuriale, ils ne donnent pas lieu pour autant à des effets multiplicateurs et des synergies sur le plan collectif local.

Quoi qu'il en soit, les initiatives entrepreneuriales des producteurs s'inscrivent dans le cadre plus général de la pluriactivité des ménages ruraux en quête de revenus complémentaires. Et de ce point de vue, ces ménages sont couronnés de succès car elles répondent aux attentes initiales des femmes. La crise du secteur agricole, ainsi que l'offre réduite de travail salarié constituent une motivation sérieuse pour prendre une telle initiative, tandis que, par ailleurs, les occupations para-agricoles, telles que la transformation de produits agricoles, la production artisanale de produits

alimentaires et la vente directe, s'avèrent contribuer de façon significative au maintien des ménages à la campagne, opérations dont les producteurs sont, le plus souvent, les instigatrices⁵³.

Une **restructuration** est une opération par laquelle un ensemble organisé voit sa structure organisationnelle remaniée en vue d'atteindre une nouvelle configuration. Les politiques de développement relatives à la restructuration des flux commerciales rurales et au renforcement de l'entrepreneuriat

Le commerce équitable repose sur des systèmes de garanties permettant d'assurer que les pratiques des opérateurs sont conformes aux valeurs et principes de la démarche de commerce équitable. Ces principes sont inscrits dans un cahier des charges ou un référentiel. La vérification de la conformité est réalisée par des auditeurs indépendants

Tant que le processus de libéralisation des échanges ne s'attaquera qu'à l'intervention des Etats, dans le sens de la diminuer, mais continuera à être aveugle quant au pouvoir de marché détenu par les grands groupes privés de plus en plus concentrés à l'échelle internationale et à tous les niveaux de la filière agroalimentaire, il en résultera un jeu tout à fait inégal pour les producteurs agricoles des pays en développement comme Madagascar.

⁵³ Oughton et al., 2003; Little, 1994

CHAPITRE VI : ELEMENTS DE PROSPECTIVE

« Le commerce équitable cherche à mettre en avant une relation interpersonnelle plus humaine basée sur la confiance, à redonner au commerce sa dimension de relation. Ne faut-il pas être cohérent jusqu'au bout et abandonner toute idée de recherche de contrôle. (...) Défendre ce que nous faisons depuis longtemps n'est-il pas une meilleure tactique que de répondre à une demande de la société actuelle qui est peut-être en contradiction avec ce commerce différent que nous cherchons à mettre en place.⁵⁴ »

Pour résumer, les investissements routiers auraient pour effet de diminuer le coût des intrants agricoles, d'augmenter leur utilisation ainsi que les prix producteurs. En même temps, le prix au consommateur en milieu urbain baissera à cause de la réduction de la marge commerciale.

■ A l'endroit de l'Etat

Les simulations montrent que les investissements pour le désenclavement représentent un des moteurs les plus puissants pour aider les ménages ruraux et la majorité des pauvres des zones rurales.

Les investissements routiers -- qui réduiront les coûts d'amortissement des camions, leur consommation de carburant, ainsi que le temps de transport -- diminueront les marges commerciales.

Pour cette raison, nos simulations introduisent comme choc une hausse de productivité de 20% dans le secteur commercial, ce qui diminue les marges commerciales d'environ 18% après tous les changements de prix qui s'ensuivent. Cette réduction des marges permet en même temps une hausse du prix au producteur et une baisse du prix au consommateur. Le gonflement du prix au producteur se révèle particulièrement important pour les produits agricoles⁵ et les industries alimentaires qui subissent les marges considérables du transport des produits de base. La montée du prix au producteur sert à inciter la production dans ces secteurs de 1% à 4%. Ainsi les services commerciaux augmentent d'environ 5%, impulsés par la baisse des coûts et la montée des autres activités qui ont besoin des services de commercialisation. Ce dynamisme économique à travers beaucoup de branches de l'économie réussit à augmenter le PIB de 3,9%.

⁵⁴ F. Vergès (Président de la Fédération Artisans du Monde), *Réflexion sur la garantie que nous offrons à nos clients*, lettre à la Plate-forme du commerce équitable, 25 septembre 1999.

Les ménages ruraux gagnent particulièrement du fait qu'ils voient les prix au producteur augmenter en même temps que les prix au consommateur baissent. Leur consommation réelle augmente de 5% à 10% (Tableau 5.9). Les ménages urbains gagnent en tant que consommateurs mais ceux qui vivent des recettes du commerce verront leurs revenus baisser. Donc, en moyenne, les ménages urbains non pauvres subissent des pertes nettes lorsque la fractibilité du commerce diminue.

L'Etat est gagnant lorsque les activités économiques se développent.

Ses recettes augmentent de 1,8% et son déficit de base de 4,6 milliards d'ariary se transforme en surplus de 2,8 milliards d'ariary. Cette simulation, puisqu'elle est très générale, influe sur l'ensemble de l'économie malgache. Dans la pratique, la réfection de routes spécifiques aura un impact sur des zones particulières, donc sur des cultures spécifiques et les ménages desservis. Aussi, l'impact de chaque route demande une analyse régionale. Cette simulation, d'ordre plus général, sert à indiquer la tendance générale des investissements routiers qui se révèle très positive pour les ménages pauvres ruraux. Ces investissements dans le désenclavement représentent un des moteurs les plus puissants pour aider les ménages ruraux et la majorité des pauvres des zones rurales.

Certains programmes de développement sont élaborés, le plus souvent, par la médiation d'organisations internationales ou d'ONG, sur la base d'une analyse préalable du déséquilibre de la société, en fonction de la répartition des ressources. Il s'agit pour elles d'initier une stratégie de développement, visant à réduire les inégalités existantes. Ces actions sont basées sur la connaissance par les acteurs locaux de la dynamique de leur région, et donc de leur implication pour conduire eux-mêmes la promotion de leur propre développement, sous l'impulsion de personnes ressources et d'acteurs relais mobilisant les forces vives.

On citera à titre d'exemple le programme de lutte contre la pauvreté et de développement social conduit par le PNUD. Son principe repose sur l'intermédiation de leaders de quartier ou de commune comme relais avec les populations. Sur ce territoire, un dialogue permanent avec les élus est établi pour définir les priorités réelles comme l'amélioration du cadre de vie et des conditions d'hygiène. Ce programme repose sur des critères non immédiatement économiques, qui mettent en avant la dignité humaine comme facteur de réussite et la volonté de donner la parole aux exclus dans un cadre qui est le leur.

Les conditions alors requises pour un développement économique local soutenu pour les populations exclues se résument ainsi:

- **Le dialogue social** et la sensibilisation des acteurs locaux;
- **La culture de l'entrepreneuriat**, la capacité du système local à créer des initiatives;
- **L'accès des plus pauvres au système financier** et à l'autosuffisance économique, pour mettre en valeur leurs ressources;
- **L'aptitude du marché du travail à former** et à qualifier l'offre, dans le sens des demandes et l'amélioration de l'interface entre la demande et l'emploi;
- **Le renforcement des infrastructures** territoriales nécessaires pour le fonctionnement du système productif (les districts, les réseaux de communications, la distribution, les transports) avec le concours des trois niveaux d'interventions: le central, le local et le régional.

La carte des acteurs locaux en présence, pour répondre à l'exclusion, se décompose ainsi:

- d'une part, les institutions publiques nationales, avec leurs instances régionales, et leurs délégations locales;
- d'autre part, les autorités locales, avec les associations professionnelles et communautaires;
- En troisième lieu, les institutions privées;
- Enfin, la participation active des populations traditionnellement « exclues ».

C'est dans ce contexte de lutte contre l'exclusion que plusieurs travaux ont abordé la question du crédit. Joël Lebossé¹⁰⁹ prône des « approches qui s'éloignent du secteur bancaire traditionnel et qui intègrent des objectifs connexes liés aux priorités économiques et sociales ». Selon l'auteur, les actions financières ont toujours un **but social** et visent « autant à produire un ensemble de conditions favorables à la relance de l'activité économique, qu'à améliorer la situation locale de l'emploi et à lutter contre les phénomènes d'exclusion sociale ». Pour l'auteur, « l'alchimie locale de la mobilisation des ressources permet d'éviter la rationalisation de l'offre financière centrée sur la rentabilité à court terme », ce qui entraîne le plus souvent un renforcement de la sélection sur les clientèles à risques.

L'auteur insiste sur le fait que les interventions correctrices de l'Etat n'ont pas modifié l'attitude des banques à l'égard des petits entrepreneurs. Il évoque alors la nécessité d'émergence de nouveaux instruments financiers de **développement solidaire pour l'initiative locale** et

régionale: clubs d'entrepreneurs, partenaires regroupés, fonds avec appel public à l'épargne, plates-formes d'initiatives, puis les instruments financiers territoriaux d'initiatives publiques.

Selon l'auteur, de tels outils pourraient avoir des retombées sociales particulièrement utiles pour le développement local :

- aide aux micros et petites entreprises locales dans les emplois pour les résidents n'ayant pas accès aux secteurs structurés;
 - adaptation des compétences de main-d'œuvre tant sur le plan professionnel que social;
- lutte contre l'exode et la ghettoïsation;
- production d'initiatives intégrées qui ont un impact positif sur les secteurs liés à l'habitat, le transport, l'éducation, la santé, les loisirs, la valorisation de l'environnement et l'activité culturelle.

Pour résumer, les investissements routiers auraient pour effet de diminuer le coût des intrants agricoles, d'augmenter leur utilisation ainsi que les prix producteurs. En même temps, le prix au consommateur en milieu urbain baissera à cause de la réduction de la marge commerciale.

■ **Au niveau de la commune**

La commune doit fournir des stratégies opérationnelles pour accompagner les communautés de base ou (COBA) à améliorer de manière durable leur accès aux services sociaux de base nécessaires à leur bien-être.

Le désenclavement de la commune Alakamisy est un meilleur accès à l'information, aux services et aux marchés.

Une opération qui est indispensable pour l'amélioration du commerce et des échanges en général est l'amélioration des infrastructures routières. Un pays est comme un être humain où chaque homme représente une cellule, chaque village est un organe, chaque région un membre ; les routes constituant les veines permettant d'alimenter chaque partie du corps. Des routes en bon état vont permettre une plus grande rapidité des échanges et limiter l'usure du matériel de transport. Au contraire, le manque d'infrastructure routière est source de gaspillage et de pauvreté, il faut donc réaménager les grands axes routiers jusqu'aux plus petites pistes afin d'éviter les zones d'enclavement. La réhabilitation du chemin de fer ne serait pas non plus un luxe pour ce grand pays qu'est Madagascar.

La communication, sous toutes ses formes, permet aux plus défavorisés de rompre avec leur marginalité. Elle permet également une amélioration de l'accès aux marchés, et aux services, apportant à moyen terme une contribution à la diminution de l'exode rural et à la sécurité rurale.

Afin d'améliorer de manière durable les revenus familiales des producteurs, le programme de la commune doit favoriser d'accès aux moyens de production, aux marchés en renforçant les liens entre les agents.

Le développement de l'approche filière et la mise en œuvre de la démarche AGR sont des éléments centraux de la stratégie du domaine, ainsi que la recherche des effets multiplicateurs par le choix des filières, des agents et des actions.

La commune doit favoriser

- ✚ La participation des catégories les plus sensibles, telles que les femmes et les jeunes, dans les organisations de producteurs ou (OP) et les micro-entreprises.
- ✚ L'encouragement à la création des OP en vue de leur professionnalisation dans la filière (capacité de production et de négociation).
- ✚ La mise en place d'un système d'information accessible à tous les acteurs (technologie, marché prix, demande...).

Suite à l'instauration de normes de qualité, il faut prévoir un suivi tout le long de la commercialisation, notamment sur les conditions de stockage, mais également sur les mélanges de variété et sur les mesures (les grossistes et détaillants se plaignant souvent du fait de kilo en moins dans les sacs). Les opérateurs avals doivent respecter certaines règles de propreté pour ne pas dégrader les efforts faits en amont.

Enfin, il faudrait contrôler systématiquement les flux en partance d'une commune afin d'avoir des données fiables sur les quantités commercialisées, de vérifier la légalité de chaque opération et de pouvoir encaisser les taxes dues (ces dernières ne doivent pas décourager les différents opérateurs, elles doivent financer les divers opérations de contrôle et favoriser la production et le commerce régional).

■ Aux producteurs

Pour les producteurs, un regroupement sous forme d'organisation reconnue et structurée pourrait les aider à mieux mener leurs activités et défendre leurs intérêts. Cela permettra de veiller à la transparence sur les prix appliqués par les collecteurs afin de réduire au maximum les

différentiels de prix observés entre les villages et les marchés urbains. Ainsi, les producteurs doivent avoir des représentants capables d'une part de les informer des variations de prix dans les marchés hebdomadaires et urbains, mais aussi de plaider pour eux auprès des différents promoteurs production rurale et en particulier auprès de l'Etat.

Les approches de l'économie solidaire analysent le recours à la réciprocité et la formation d'espaces publics de proximité tant en Europe que dans les pays en développement⁵⁵. Dans ces derniers, l'économie solidaire y devient un outil pour lutter contre un contexte de pauvreté et d'économie locale informelle qui renforcent les « exclus » dans leur position marginale et les privent d'expériences plus gratifiantes leur permettant d'accéder à un autre niveau de (sur)vie. Elle s'appuie alors sur les formes de la tradition pour les dépasser et promouvoir de nouvelles formes de démocratie. Jean Louis Laville⁵⁶ évoque à cet égard des travaux menés au Pérou: « l'économie solidaire peut en arriver à endosser des activités antérieurement assumées par l'économie traditionnelle et domestique: avec les cuisines populaires au Pérou, un cadre construit selon les règles démocratiques supplée les manques de la famille et du voisinage. La fédération nationale regroupe plusieurs milliers de ces cuisines nourrissant plus de trois cents mille personnes. Cette masse critique autorise la formation de coopératives d'achats avec des entrepôts, et aussi la création de nombreux groupes d'entraide ainsi que de petites entreprises dirigées par des femmes ».

Comme le souligne Laville, l'économie solidaire ne se réduit pas à une dynamique de survie ou d'intervention humanitaire: « elle engendre une dynamique d'initiative démocratique qui tranche avec des solutions caritatives comme les soupes populaires confortant la passivité et la résignation. Par cette capacité à prendre à bras le corps les problèmes quotidiens, l'économie solidaire montre bien que la protection de la société face au marché ne peut se trouver dans la seule solidarité abstraite du droit social et de la redistribution, pourtant indispensable; elle témoigne en faveur de nouvelles solidarités actives »⁵⁷. Ces approches évoquent l'implication de nombreux salariés et bénévoles dans les services solidaires pour la revitalisation des quartiers,

⁵⁵ LAVILLE (J L). « *L'économie solidaire. Une perspective internationale* ». Ed. Desclée de Brouwer, Paris, 1994.

⁵⁶ BOUCHARD (G). « Co-Intégration et reproduction de la société rurale. Pour s'aguer de la marginalité », recherches sociographiques, 1998.

⁵⁷ G. Gontcharoff, « Valeurs et limites du "local" », dans *Economie et humanisme*, op. cit.

les services de proximité, le développement des entreprises d'utilité sociales, les coopératives industrielles. Stimulée par un contexte de crise de la société salariale, l'économie solidaire s'appuie sur une recomposition des relations entre l'économie et le social. Sa démarche permet d'appréhender les nouveaux rapports entre travail, activité et loisirs, entre différents types de ressources et de revenus, entre l'Etat, l'entreprise, le monde associatif et la société civile.

La discussion des résultats obtenus à partir du présent travail en combinaison avec les enseignements d'autres auteurs conduit à proposer un certain nombre de recommandations à l'endroit de l'Etat et des différents agents commerciaux pour un soutien et un développement durable de cette forme d'agriculture. Ainsi, des recommandations vont être formulées à l'endroit de l'Etat, des producteurs, des commerçants et des chercheurs.

En général, le marché de culture maraîchère locale n'est pas structuré, la plupart du temps il s'agit de marchés informels ou points de vente. De ce fait l'Etat doit veiller à la mise en place des marchés de filières très exploités aussi structurés à l'image du « marché autogéré » qu'on retrouve à la zone de notre recherche.

Cette mise en place pourra non seulement faciliter l'accès aux produits par les consommateurs, mais aussi rendre beaucoup plus formelle la commercialisation en milieu rural, renforçant ainsi la rencontre entre l'offre et la demande. Les systèmes d'informations sur le marché doivent également être améliorés en prenant bien en compte le volet revalorisation des produits agricoles.

■ Aux commerçants

Les commerçants des légumes ou autres produits sont appelés à se regrouper en organisation structurée et reconnue pour une meilleure gestion de leur activité et la défense de leurs intérêts. Aussi, un effort reste à faire afin de rendre les produits des zones enclavées plus accessible et disponible sur le marché des consommateurs, notamment, à travers l'intensification des activités de collecte dans les grandes zones de production. Enfin, les commerçants des zones rurales doivent plaider auprès de l'Etat afin que dans chaque marché il y ait un emplacement réservé à la commercialisation de leurs produits spécifiques, ce qui les rendrait plus visibles pour les acheteurs.

■ Aux chercheurs

Il s'agit pour les chercheurs d'intensifier leurs activités sur les moyens à utiliser pour réduire les contraintes à la commercialisation des produits agricoles. Aussi, une enquête dans les grandes zones de ravitaillement en produits agricoles devrait être menée afin de mieux apprécier les différentiels sur les prix appliqués en zone d'intervention.

Une prise de conscience entre les différents opérateurs est nécessaire, non seulement les acteurs directs mais également les différents ministères concernés et les instituts financiers. Ils doivent se concerter et mettre leurs efforts en commun afin de donner une chance à la filière. L'objectif premier serait de stabiliser les prix ; un prix attractif pour les producteurs afin de stimuler la production nationale, et un prix raisonnable pour les consommateurs pour qui le riz est indispensable, et correspond pour la majorité des ménages de la capitale à leur principale dépense. Une régulation des importations est de fait impérative pour pouvoir envisager une véritable organisation de la filière riz, haricot et l'oignon.

CONCLUSION GENERALE

L'objectif de cette recherche était d'analyser empiriquement les impacts de la mondialisation des marchés des produits agricoles en étudiant les fonctionnements et les rentabilités des produits agricoles dans la commune Alakamisy. L'étude nous permet d'appréhender les marchés et le système de commercialisation de cette zone enclavée. Le fait de mener les études sur le système de commercialisation en prenant en compte les diverses caractéristiques socioéconomiques est susceptible de mettre en évidence l'iniquité commerciale entre les agents de marché. La mondialisation renforce en effet l'exclusion des zones non à mêmes de répondre aux exigences de rentabilité imposées par une concurrence accrue et les zones les plus enclavées sont particulièrement concernées. A cet égard, nous nous penchons sur les mécanismes qui peuvent redynamiser l'économie familiale pour faire face à cette iniquité commerciale entre les agents de marché.

Au début de notre recherche, nous avons posé deux hypothèses de travail. L'une ne stipule que l'action entrepreneuriale des ménages ruraux comme étant la conduite orientée de manière autonome sur la base du calcul du capital. Elle vise à accroître le pouvoir de disposition de l'entrepreneur sur certains biens ou renvoie au désir d'acquisition qui se réalise par la recherche de profit et le calcul du capital.

A travers les enquêtes et analyses, nous pouvons dire que notre première hypothèse est vérifiée à 59% de notre échantillonnage. Le traitement des résultats d'enquête à partir des croisements des variables nous a confirmé que les ménages ruraux représenté par le chef de famille a besoin de cette profil entrepreneurial. Même si cela n'est pas affirmé explicitement, les producteurs adoptent petit à petit de disposition entrepreneuriale. Toutefois cette hypothèse n'est validée que sur un aspect purement économique.

Dans la deuxième hypothèse, nous avons supposé que la « restructuration du flux commercial permet de freiner l'exploitation des collecteurs. Cette hypothèse n'est pas vérifiée, nous avons 34% des résultats d'enquête, qui n'atteint pas la majorité des réponses des enquêtés.

Ce résultat pourrait s'expliquer par le fait qu'entre ces acteurs, il n'existe pas de relation contractuelle et il n'est pas possible d'infléchir des règles commerciales ou même de restructurer

à l'avantage des producteurs le système de l'échange. Chaque agent de marché supporte des charges tout au long du processus de production pour les agents producteurs et des charges trajectoires pour les collecteurs, pour ce fait, les stratégies des producteurs ne sont pas situées sur la structure du flux commercial mais sur l'amélioration des infrastructures routières. Ceci pourrait accroître les nombres des collecteurs venus dans cette zone et les producteurs pourraient par la suite imposer leurs exigences.

En effectuant un détour sur nos cadres théoriques, la redynamisation de l'économie familiale face à l'iniquité commerciale entre agents de marché permet d'émettre les considérations suivantes :

La mondialisation pourrait être conçue comme une rationalisation des activités à l'échelle mondiale et que la théorie Wébérien sur le développement du marché de « l'échange marchand » se fait alors selon une dynamique interne qui rend difficile de construire des échanges marchands d'une nature différente. L'agent qui participe au système d'échange commercial est contraint de prendre part au marché et de s'y comporter selon les règles bien précises. La pensée de M. Weber s'avère particulièrement en phase avec les faits observés. La prédiction d'une impersonnalité croissante conséquence d'une plus grande participation au marché se vérifie parfaitement. En outre, sans que nous puissions dire que les agents du commerce équitable finissent par adopter une rationalité formelle, chaque étape de la participation au marché rend un peu plus difficile l'exercice des principes propres à la rationalité matérielle.

La théorie Bourdieusienne qui ne veut pas réduire toute activité sociale à la seule aspiration économique et la conception de l'homme à un acteur rationnel et calculateur. Son apport ici est qu'il y a « autant de formes de libido, autant d'espèces d'intérêt, qu'il y a des champs ». Ensuite c'est l'ensemble de la logique du champ qu'il faudrait changer pour arriver à un « habitus » de désintéressement. La disposition à agir est prédéterminée justement par les structures existantes. Elle se forme selon les rapports des forces objectives. Et enfin dans sa théorie, les agents de marché agissent en tant que marionnettes des structures existantes.

Pour conclure, force et de constater que malgré les efforts déployés dans divers domaines, la situation socio-économique avancée par les statistiques des institutions spécialisées semblent démontrer une fois de plus la réalité précaire de la société Malgache et du milieu rural en particulier. Cela nécessite à la fois une prise de conscience de tout un chacun et une remise en cause des pratiques jugées improductives suivies de la reconnaissance des erreurs passées. Après cela, il faut que nous réfléchissions, de manière réaliste et pragmatique, à un 'remodelage' et à une 'restructuration' de toutes les institutions et les pratiques à l'échelle nationale et locale, et cela devrait être fait en tenant compte des spécificités régionales et local.

BIBLIOGRAPHIES

Ouvrages généraux

1. AMIN (S). « Le développement inégal. Essai sur les formations sociales du capitalisme périphérique », Ed. de Minuit, Paris, 1973.
2. BROWN (R). "Structure et fonction dans les sociétés primitives », Edition de Minuit, Paris 1972.
3. BOURDIEU (P). « Le sens pratique », Les Editions de Minuit, Paris, 1980.
4. BOURDIEU (P). « Sociologie de l'Algérie », PUF, coll. « Que sais-je ? », Paris, 1958.
5. DURKHEIM (E). 'De la division du travail social', deuxième édition, PUF, 1973.
6. FERREOL (G). 'Vocabulaire de la Sociologie', PUF, 1995.
7. GRANOVETTER (M), « Les institutions économiques comme constructions sociales » in Orléan André (éd.), Analyse économique des conventions, PUF, coll. « Quadrige » Paris, 2004.
8. GIDDENS (A). « Les conséquences de la modernité », Paris, Théorie sociale contemporaine, 1990, L'Harmattan.
9. GIDDENS (A). « La constitution de la société », PUF, Paris, 1984.
10. GODOLIER (M). « Horizons – trajets Marxistes en Anthropologie », Maspero, 2t, 1977.
11. MARX (K). « La marchandise et la monnaie », in « Le capital, critique de l'économie politique », Livre I, Paris : Editions sociales, 1987.
12. DE SARDAN (O). « anthropologie du développement », essai en socio-anthropologie du changement sociale, édition KARTHALA, Paris, 1995.
13. STEINER (P). « Sociologie de la connaissance économique, essai sur les rationalisations de la connaissance économique », PUF, Paris : Sociologies, PUF. 1970.
14. RONGERE (P). 'Méthodes des sciences sociales', Dalloz, 1979.
15. ROGER (G). « L'économie de marché », Flammarion, Paris, 1995.

16. WEBER (M). « L'éthique protestante et l'esprit du capitalisme, suivi d'autres essais », NRF Gallimard, Paris : Bibliothèque des Sciences Humaines, 1905.
17. WEBER (M). 'Economie et société', édition de poche, Pocket, 1921.

Ouvrages spécifiques

18. BOYER (R). « L'anthropologie économique de Pierre Bourdieu », Actes de la recherche en sciences sociales, Oxford University Press, 2003.
19. BELLEAU (H). «Entre le partage des dépenses et le partage des avoirs. Les comptes conjugaux des ménages Québécois», dans L'usage de l'argent dans le couple : pratiques et perceptions des comptes amoureux, sous la dir. de H. Belleau et C. Henchoz, L'Harmattan, Paris, 2008.
20. BOUCHARD (G). « Co-Intégration et reproduction de la société rurale. Pour s'aguer de la marginalité », recherches sociographiques, 1998.
21. DELPHY (C). « L'ennemi principal », « Économie politique du patriarcat », Paris, Syllepse, 1998.
22. LALANDE « Vocabulaire technique critique de la philosophie » PUF, 1988
23. LAVILLE (J L). « L'économie solidaire ». Une perspective internationale. Ed. DESCLEE de Brouwer, Paris, 1994.
24. MIFOTRA « Etude sur l'entrepreneuriat féminin au Rwanda », Octobre 2005
25. MONTOUSSE (M) et RENOUARD. « 100 Fiches pour comprendre la Sociologie », 1937.
26. FORTIN (A). «La famille ouvrière d'autrefois », Recherches sociographiques, 1987.
27. GONTCHAROFF (G). « Valeurs et limites du "local" », dans Economie et humanisme, op. cit.
28. STEINER (P). « La sociologie économique », La découverte, coll. « Repères », Paris, 1999.
29. SAMMUT S., « Comment aider les petites entreprises jeunes ? » *Revue Française de Gestion*, septembre-décembre, 1998, pp.28-41.
30. SARR (F). « Entrepreneuriat féminin au Sénégal », préface de Samir Amin, forum du tiers monde ; l'Harmattan 1998.
31. PAULME (D). « Femmes d'Afrique Noire » Ed. Mouton et Cie, Paris, 1986.

32. CHANTELAT (P). « la sociologie économique des marchés et ses rapports à la microéconomie : controverse, impasses et perspectives », cahiers internationaux de sociologie, 2004.

Documents officiels

33. 'Enquête Périodique auprès des Ménages (EPM)', INSTAT/DSM, 2010.
 34. 'Enquête sur les marchés ruraux 2002' INSTAT/DES, 2004.
 35. Etats de lieux du District Anjozorobe, Mise à jour juin 2012.
 36. Monographie de la commune Alakamisy, 2011
 37. MAP ; Plan d'Action, Madagascar 2007-2012. Un plan audacieux pour le développement rapide.
 38. Le développement rural, BIT, 2005
 39. Madagascar, Revue du secteur rural et environnement, Vol II, Juin 2010.

Thèses et mémoires

40. LE VELLY (R). « Sociologie du marché, Le commerce équitable : des échanges marchands contre le marché et dans le marché », Thèses de doctorat et en science sociale, Universités de Nantes, Paris, 2004.
 41. RAPARINALA (R. R. C). 'Régionalisation et reforme agraire. Cas de la Commune Rurale d'Ambohitraivo, District d'Amparafaravola, Région Alaotra Mangoro, Antananarivo, 2004.

Encyclopédies

42. Microsoft ® Etudes 2007 [DVD]
 43. Microsoft ® Encarta ® 2007
 44. Dictionnaire Hachette – Edition illustrée.
 45. Le Petit Robert

Webographie

46. « Les théories sociologiques ». <http://fr.wikipedia.org>.
 47. <http://www.Lcrlagauche.be/cm/index.php?>
 48. <http://www.citations-ses.net/index.php/?>
 49. http://blogs.warwick.ac.uk/images/michaelwalford/2008/05/30/pierre_bourdieu.jpg

TABLE DES MATIERES

Remerciements

Sommaire

Introduction générale	001
-----------------------------	-----

PREMIERE PARTIE : PRESENTATION DU CADRE DE L'ETUDE

CHAPITRE I : ETUDES THEORIQUES.....	009
I. Clarification conceptuelle	009
A- Sociologie économique	009
1. Définition, Méthodes et objet.....	010
2. Notion d'encastrement.....	011
B- De l'économie domestique à l'économie familiale	012
1. L'économie domestique.....	012
2. L'économie familiale	013
C- Dimension sociologique du marché	016
1. Les fonctionnements du marché.....	018
. Définition d'un marché.....	018
. Structure du marché.....	019
2. Positions et actions des agents.....	019
i- Les preneurs de prix.....	019
ii- Les faiseurs de prix.....	019
iii- Les négociations sur le prix.....	020
iv- Les chercheurs de prix	020
D- Echanges marchands dans le marché	021
E- Equité commerciale/ Iniquité commerciale	022
II- Les instruments d'analyse.....	024
a. Sociologie compréhensive de Max Weber	024
b. Structuralisme constructiviste de Pierre Bourdieu	026

CHAPITRE II : ETUDES MONOGRAPHIQUES	030
I. Situation historique et géographique	030
a. Repère historique de la zone	030
b. Cadre géographique et délimitation administrative	030
II. Données physiques	031
. Relief	031
. Végétation	031
. Climat	031
. Température	031
. Pluviométrie	032
. Fléaux naturels	032
. Lacs et marécages	033
. Pâturages	033
III. Caractéristiques sociodémographiques	034
A. Effectif et évolution de la population	034
a. La population active	037
b. Caractéristiques démographiques de la population	038
B. Les infrastructures existantes	039
1. Sur le plan administratif	039
2. Les établissements scolaires	039
3. Les institutions religieuses	041
4. Les institutions sanitaires	042
5. Les routes	042
6. Communication	043
7. Les structures d'appui au développement	043
IV. Les caractéristiques socioéconomiques	045
A. Les potentiels agricoles	045
B. Les processus liés à la production agricole	049
C. Les structures commerciales	051

PARTIE II : DYNAMIQUE DE L'ECONOMIE FAMILIALE ET INIQUITE COMMERCIALE

CHAPITRE III : Traitement des résultats	055
I. Identification socioéconomique des agents	055
1. Les agents de marché	055
2. Caractéristiques socioéconomiques	055
i. L'âge et le sexe	055
ii. Le niveau d'éducation	057
iii. La situation matrimoniale.....	059
II. Le fonctionnement du commerce entre les agents de marché.....	060
A. Les agents et leurs fonctions	060
1. Les circuits de commercialisation.....	060
B. La structure globale du commerce.....	062
C. L'organisation de la cueillette/ « production »	063
D. Les relations entre les acteurs	064
E. Les flux de l'échange.....	065
Chapitre IV : Discussion à travers les principes théoriques utilisées	070
A. Les charges supportées par les agents.....	070
1. Les charges des producteurs	070
2. Les charges des collecteurs	074
B. Les prix pratiqués et les unités de mesure.....	077
1. Les prix moyens de vente pratiqués par les producteurs.....	077
2. Les prix moyens d'achat et de vente des collecteurs	079
C. Les marges.....	080
1. Les marges des producteurs	081
2. Les marges des collecteurs	081
D. Comparaison des couts et des marges	082
E. Contrainte des acteurs	083

PARTIE III : REDYNAMISATION DE L'ECONOMIE FAMILIALE, UN LEVIER POUR UN DEVELOPPEMENT EQUITABLE ET DURABLE

Chapitre V : P préconisation et éléments de redynamisation de l'économie familiale.....	087
I. Dimension sociologique de la redynamisation de l'économie familiale.....	087
II. Commerce équitable et développement durable.....	088
III. Considération institutionnelles	089
IV. Commerce équitable et stratégie de développement local	091
. Traits personnels.....	092
1. Scolarisation plus élevée	092
2. La participation.....	092
3. Adhésion aux organismes agricoles.....	093
4. Intégration aux organismes du milieu	093
. Traits professionnels	093
1. Une nouvelle conception de l'agriculture	093
2. Esprit ouvert à la science et au progrès	093
3. administration rationnelle de son entreprise	094
4. intégration à la société moderne.....	094
. Profil entrepreneurial des ménages ruraux	094
. Mobilisation entrepreneuriale et stratégie familiales des producteurs	095
Chapitre VI : Eléments de prospective	099
. A l'endroit de l'Etat.....	099
. Aux niveaux communaux.....	102
. Aux producteurs	103
. Aux commerçants.....	105
. Aux chercheurs.....	106
Conclusion générale.....	107
Bibliographies.....	109
Table des matières	112
Liste des acronymes	
Liste des tableaux	
Liste des figures	
Liste des graphiques	
Liste des annexes	

LES ANNEXES

LISTE DES ANNEXES

ANNEXE N°	TITRE
I	Questionnaire sur l'identification du ménage
II	Questionnaire sur l'historique et organisation de l'activité
III	Questionnaire sur la vente et l'accès aux services connexes et difficultés rencontrés
IV	Carte du district et ses zonages
V	Loi n°2006-017 Sur les intermédiaires de commerce
VI	Définition et champ d'application
VII	Chapitre ii Constitution et étendue du pouvoir De l'intermédiaire
VIII	Chapitre iii Effets juridiques des actes Accomplis par l'intermédiaire
IX	Chapitre iv Cessation du mandat de l'intermédiaire
X	Titre ii Le commissionnaire
XII	Titre iii Le courtier
XIII	Titre iv Les agents commerciaux Chapitre i Obligations des parties
XIV	Chapitre ii Rémunération
XV	Chapitre iii Cessation du contrat
XVI	Titre v Dispositions diverses

QUESTIONNAIRES

I. Identification du chef de ménage

1. Sexe
2. Situation matrimoniale

Célibataire. Marié(e). Divorcé(e). Veuf (ve). Conjointe de fait

3. Activités principales

Agriculture Elevage. Artisanat. Commerce. Autres

4. Activités secondaires :

Agriculture Elevage Artisanat Commerce. Autres

Identification du ménage

5. Taille, sexe, âge, occupation et niveau d'éducation formelle des membres de la famille

N°	F ou G	âge	Occupation	Niveau d'éducation formelle
1				
2				
3				
4				
5				
6				
7				
8				
9				
10				

II. Historique et organisation de l'activité

6. Quelles filières agricoles vous exploitez fréquemment ?
7. La production agricole que vous exploitez est destinée à
A l'autoconsommation A la vente 3. Autres :
8. Quels sont les membres de votre ménage qui sont impliqués dans cette activité ?
Hommes Femmes Enfants (filles) Enfants (garçons)
9. Combien sont-ils ? Hommes : Femmes : Enfants (filles) : Enfants (garçons) :
10. La main d'œuvre utilisée est : Individuelle Groupe. Familiale
11. A quelles étapes interviennent-ils le plus ?
12. Pendant quels mois de l'année pratiquez-vous cette activité ?, pour chaque filière que vous exploitez !
13. Quelles sont les processus de production de chaque filière ?
14. Combien de temps mettez-vous chacune des filières ?

III. Vente

15. Quels sont vos lieux de vente ?

- Au village/vente groupée
- Au village/vente individuelle
- En ville (préciser) :...
- Où préférez-vous vendre votre produit ?
- Quelles sont vos raisons ?

16. Qui sont vos clients ?

17. D'où viennent vos clients ?

18. Quelle quantité vendez-vous pendant une campagne ?

19. A quel prix vendez-vous votre produit ?

20. Etes-vous satisfait du prix auquel vous vendez votre produit ? *oui non*

21. Si oui, Pourquoi ?

22. Si non, Pourquoi ?

23. Comment se fait le paiement ? A l'avance -- Au moment de l'échange - Après l'échange.

24. Au cas où vous vous déplacez pour vendre vos produits agricoles, quelles sont les dépenses que vous supportez ?

Dépense de la nature	valeur

25. Dans ce cas à quel prix vendez-vous votre produit ?

Le verre -----, La boîte de lait ----- Autres (à préciser) -----

Pour vous, cette activité est-elle rentable ? oui non

Justifiez votre réponse

IV. Accès aux services connexes et difficultés rencontrées

26. Existe-t-il une association en relation avec la production agricole dans votre village ?

Oui/non

27. Etes-vous affilié(e) ? Oui ou non

Si non, pourquoi ? Si non, pourquoi ?

28. Avez-vous des relations avec les structures d'encadrement ? Oui /non

29. Si oui, quel type d'apport avez-vous reçu d'eux ?

30. Avez-vous déjà participé aux ventes groupées ? Oui /non

31. Selon vous, quels sont les avantages des ventes groupées ?

32. Souhaiteriez-vous pérenniser cette forme de vente ? Oui /non

33. Pour quelles raisons ?

34. Quelles sont vos raisons

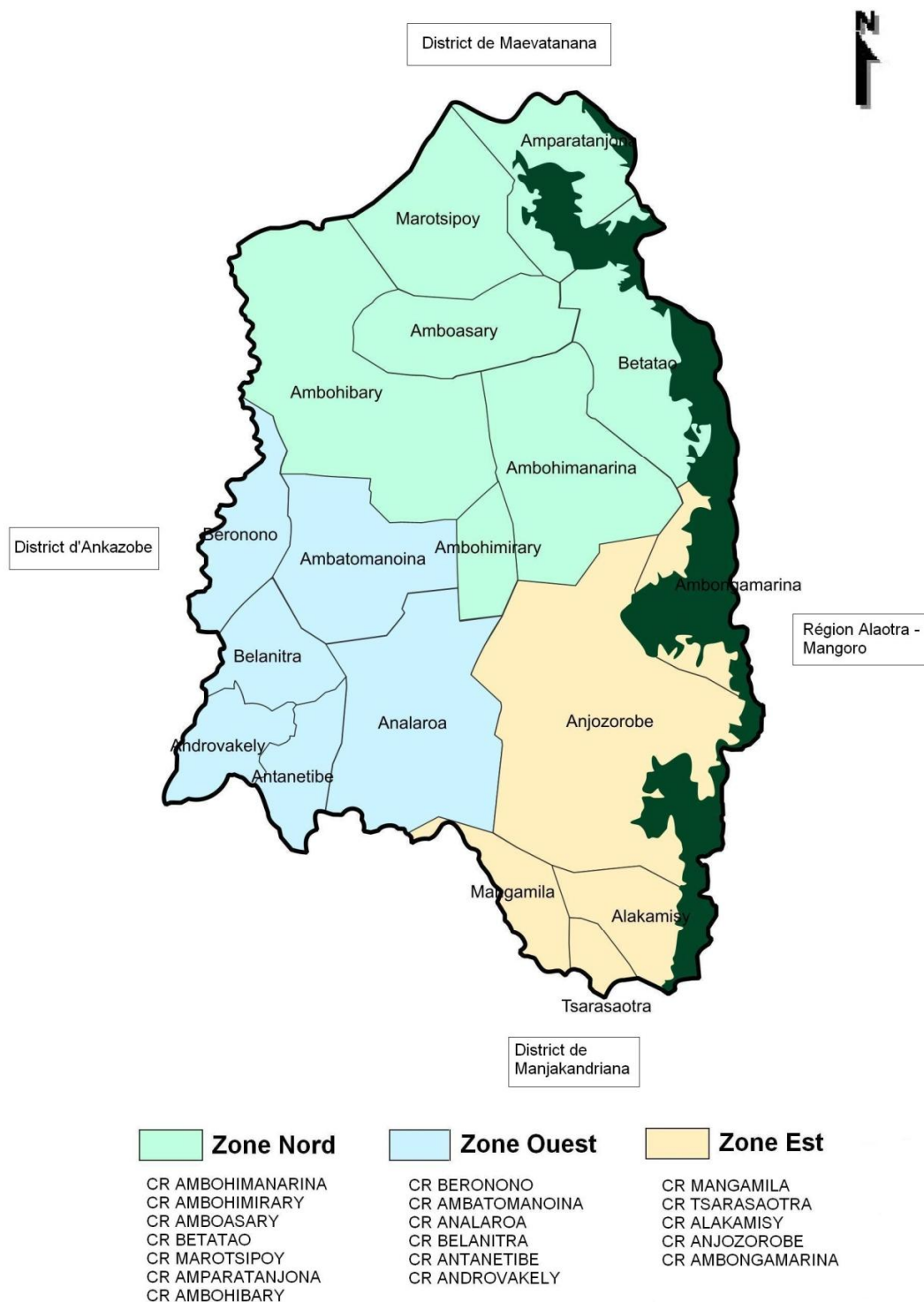
35. Quels sont les problèmes que vous rencontrez dans votre activité ?

36. Coûts de transport très élevés 2. Conservation 3. Prix très bas

Autres (à préciser)

Quelles solutions proposez-vous pour lever ces contraintes.

Carte du District d'Anjozorobe et son zonage



REPOBLIKAN'I MADAGASIKARA
Tanindrazana-Fahafahana-Fandrosoana

LOI n°2006-017
sur les intermédiaires de commerce

EXPOSE DES MOTIFS

Les activités de services sont très souvent organisées en application des règles de la représentation et, plus précisément, du contrat de mandat et de ses variétés, comme le contrat de commission ou celui de courtage.

Le mandat, contrat aux mille visages, est essentiel dans la vie des affaires.

Contrat symptomatique des économies modernes fondées sur les services et sur le commerce plus que sur l'industrialisation, il est utilisé par de nombreuses professions qui participent aux activités économiques : commissionnaires, agents de change, banquiers, avocats, huissiers, agents de voyages, transitaires, consignataires, gestionnaires, etc...

On regroupe traditionnellement l'ensemble de ces professions organisées sur la base du contrat de mandat sous l'appellation d'intermédiaires du commerce.

Une réglementation claire et moderne de ces professions favorisera le développement des activités les plus diverses et les plus modernes, comme les multiples agences qui accompagnent l'extension du secteur tertiaire.

Or, les dispositions du droit malgache sont obsolètes et insuffisantes. Certes, le mécanisme de la représentation est réglementé dans la LTGO et le mandat dans le Code Civil français, mais ces dispositions, si elles peuvent apparaître suffisantes pour les rapports familiaux ne conviennent pas aux contrats commerciaux et ne prennent pas en considération les apports récents de la jurisprudence comme celui de mandat d'intérêt commun...

De plus, les variétés commerciales du mandat sont presque ignorées alors que la vie des affaires a suscité de nombreux sous modèles de ce contrat dont le développement est considérable.

La présente Loi a pour objectif de définir les principales formes commerciales du mandat et de préciser les obligations des parties dans le but de sécuriser les rapports juridiques des parties à l'opération.

La méthode suivie a été de s'inspirer des travaux de l'OHADA et des autres textes internationaux régissant la matière, notamment, la Convention de la Haye de 1978 sur la loi applicable aux contrats d'intermédiaires et à la représentation.

Ainsi, la Loi comporte cinq titres :

Le **Titre premier** sur les dispositions communes définit la notion d'intermédiaire de commerce et le champ d'application de la loi. Il adapte les dispositions générales du mandat à la matière commerciale en ce qui concerne la forme du contrat et l'étendue du pouvoir de

VI

l'intermédiaire. Enfin, il fixe les effets juridiques des actes accomplis par l'intermédiaire et les conditions de la cessation du contrat.

Le **Titre II** régit le contrat de commission dans ses principales applications : commissionnaire de vente, d'achat, de transport et commissionnaire en douane.

Le **Titre III** relatif au contrat de courtage définit les règles générales de ce contrat en ce qui concerne les obligations du courtier et sa rémunération.

Le **Titre IV** régit la profession d'agent commercial. Il précise les obligations des parties au contrat, le régime de la rémunération de l'agent commercial et celui de la cessation du contrat.

Le **Titre V** contient les dispositions diverses.
Tel est l'objet de la présente Loi.

REPOBLIKAN'I MADAGASIKARA *Tanindrazana-Fahafahana-Fandrosoana*

LOI n°2006-017

sur les intermédiaires de commerce

L'Assemblée nationale et le Sénat ont adopté en leur séance respective en date du 20 juillet 2006, la Loi dont la teneur suit :

TITRE PREMIER **DISPOSITIONS COMMUNES**

CHAPITRE PREMIER **DEFINITION ET CHAMP D'APPLICATION**

Article premier - L'intermédiaire de commerce est celui qui a le pouvoir d'agir, ou entend agir, habituellement et professionnellement pour le compte d'une autre personne, le représenté, pour conclure avec un tiers un contrat de vente ou de prestation de services à caractère commercial.

Art. 2 - L'intermédiaire de commerce est un commerçant ; il doit remplir les conditions prévues par le texte relatif au statut du commerçant.

Les conditions d'accès aux professions d'intermédiaires de commerce peuvent en outre être complétées par des conditions particulières à chacune des catégories d'intermédiaires.
Il peut être une personne physique ou une personne morale.

Art. 3 - Les dispositions de la présente Loi régissent non seulement la conclusion des contrats par l'intermédiaire de commerce, mais aussi tout acte accompli par celui-ci en vue de cette conclusion ou relatif à l'exécution dudit contrat.

Elles s'appliquent à toutes les relations entre le représenté, l'intermédiaire, et le tiers.

VII

Elles s'appliquent que l'intermédiaire agisse en son nom propre, tel le commissionnaire ou le courtier, ou qu'il agisse au nom du représenté, tel l'agent commercial.

Art.4 - Les dispositions de la présente loi ne s'appliquent pas :

a) à la représentation résultant d'une habilitation légale ou judiciaire à agir pour des personnes qui n'en ont pas la capacité juridique ;

b) à la représentation par toute personne effectuant une vente aux enchères, ou par autorité administrative ou de justice ;

c) à la représentation légale dans le droit de la famille, des régimes matrimoniaux et des successions.

d) aux intermédiaires régis par des textes spéciaux.

Art.5 - Le gérant, l'administrateur ou l'associé d'une société, d'une association ou de toute autre entité juridique, dotée ou non de la personnalité morale, n'est pas considéré comme l'intermédiaire de celle-ci, dans la mesure où, dans l'exercice de ses fonctions, il agit en vertu de pouvoirs conférés par la loi ou par les actes sociaux de cette entité.

CHAPITRE II CONSTITUTION ET ETENDUE DU POUVOIR DE L'INTERMEDIAIRE

Art.6 - Les règles du mandat s'appliquent aux relations entre l'intermédiaire, le représenté et le tiers, sous réserve des dispositions particulières de la présente Loi.

Art.7 - Le mandat de l'intermédiaire peut être écrit ou verbal.

Il n'est soumis à aucune condition de forme.

En l'absence d'un écrit, il peut être prouvé par tous moyens, y compris par témoin.

Art.8 - Le représenté et l'intermédiaire d'une part, l'intermédiaire et le tiers d'autre part, sont liés par les usages dont ils avaient ou devaient avoir connaissance, et qui, dans le commerce, sont connus et observés par les parties à des rapports de représentation de même type, dans la branche commerciale considérée.

Ils sont également liés par les pratiques qu'ils ont établies entre eux.

Art.9 - L'étendue du mandat de l'intermédiaire est déterminée par la nature de l'affaire à laquelle il se rapporte, si un contrat ne l'a pas expressément fixée.

En particulier, le mandat comprend le pouvoir de faire les actes juridiques rendus nécessaires par son exécution.

Toutefois, l'intermédiaire ne peut, sans un pouvoir spécial, engager une procédure judiciaire, transiger, compromettre, souscrire des engagements de change, aliéner ou grever des immeubles, ni faire de donation.

Art.10 - L'intermédiaire qui a reçu des instructions précises ne peut s'en écarter, sauf à établir que les circonstances ne lui ont pas permis de rechercher l'autorisation du représenté et lorsqu'il y a lieu d'admettre que celui-ci l'aurait autorisé s'il avait été informé de la situation.

CHAPITRE III
EFFETS JURIDIQUES DES ACTES
ACCOMPLIS PAR L'INTERMEDIAIRE

Art.11 – L'intermédiaire agissant pour le compte d'un représenté dans les limites de son pouvoir n'engage par ses actes que le représenté vis-à-vis des tiers à moins que :

- Le tiers ait ignoré ou n'ait pas été censé connaître sa qualité d'intermédiaire, ou que
- Les circonstances de l'espèce, notamment la référence à un contrat de commission démontrent que l'intermédiaire a entendu n'engager que lui-même.

Dans ces deux derniers cas, l'intermédiaire n'engage que lui-même à l'égard des tiers.

Art.12 - L'intermédiaire est responsable envers le représenté de la bonne et fidèle exécution du mandat.

Il est tenu de l'exécuter personnellement, à moins :

- qu'il ne soit autorisé à le transférer à un tiers ;
- qu'il y soit contraint par les circonstances ou ;
- que l'usage permette une substitution de pouvoirs.

Art.13 - Lorsque l'intermédiaire agit sans pouvoir, ou au-delà de son pouvoir, ses actes ne lient ni le représenté ni le tiers.

Toutefois, lorsque le comportement du représenté conduit le tiers à croire, raisonnablement et de bonne foi, que l'intermédiaire a le pouvoir d'agir pour le compte du représenté, ce dernier ne peut se prévaloir à l'égard du tiers du défaut de pouvoir de l'intermédiaire.

Art.14 - Un acte accompli par un intermédiaire qui agit sans pouvoir, ou au-delà de son pouvoir, peut être ratifié par le représenté.

Cet acte, s'il est ratifié, produit les mêmes effets que s'il avait été accompli en vertu d'un pouvoir.

Art.15 - Un intermédiaire qui agit sans pouvoir ou au-delà de son pouvoir est tenu, en l'absence de ratification, d'indemniser le tiers afin de rétablir celui-ci dans la situation qui aurait été la sienne si l'intermédiaire avait agi en vertu d'un pouvoir et dans les limites de ce pouvoir.

L'intermédiaire n'encourt cependant pas de responsabilité si le tiers savait ou devait savoir que l'intermédiaire n'avait pas de pouvoir ou agissait au-delà de son pouvoir.

Art.16 - Le représenté doit rembourser à l'intermédiaire, en principal et intérêts, les avances et frais que celui-ci a engagés pour l'exécution régulière du mandat, et le libérer des obligations contractées, auxquelles l'intermédiaire s'est personnellement soumis.

Art.17 - L'intermédiaire est tenu, à tout moment, à la demande du représenté, de lui rendre compte de sa gestion.

Il doit l'intérêt des sommes pour le versement desquelles il est en retard, et l'indemnisation du dommage causé par l'inexécution ou la mauvaise exécution du mandat, sauf s'il prouve que ce dommage est survenu sans sa faute.

CHAPITRE IV

CESSATION DU MANDAT DE L'INTERMEDIAIRE

Art.18 - Le mandat de l'intermédiaire cesse :

- par l'accord entre le représenté et l'intermédiaire ;
- par l'exécution complète de l'opération ou des opérations pour lesquelles le pouvoir a été conféré ;
- par la révocation à l'initiative du représenté, ou par la renonciation de l'intermédiaire.

Toutefois, le représenté qui révoque de manière abusive le mandat confié à l'intermédiaire doit l'indemniser des dommages causés.

L'intermédiaire qui renonce de manière abusive à l'exécution de son mandat doit indemniser le représenté des dommages causés.

Art.19 - Le mandat de l'intermédiaire cesse également, en cas de décès, d'incapacité, ou d'absence, que ces événements concernent le représenté ou l'intermédiaire.

Conformément aux dispositions de l'Art. 110 de la Loi n°2003-042 du

03 septembre 2004 sur les procédures collectives d'apurement du passif, la déclaration judiciaire de l'une ou l'autre des parties en état de cessation des paiements produit les effets suivants sur le mandat :

- lorsque la procédure concerne l'intermédiaire, son ouverture entraîne la cessation du mandat, à moins qu'il résulte du contrat ou des circonstances que le mandat n'a pas été consenti en considération de la personne de l'intermédiaire ;

- lorsque la procédure concerne le représenté, son ouverture est sans effet sur le mandat, à moins qu'il résulte du contrat ou des circonstances que le mandat a été accepté en considération de la personne du représenté.

Art.20 - La cessation du mandat donné à l'intermédiaire est sans effet à l'égard du tiers, sauf s'il connaissait ou devait connaître cette cessation.

Art.21 - Nonobstant la cessation du mandat, l'intermédiaire demeure habilité à accomplir pour le compte du représenté ou de ses ayants droits les actes nécessaires et urgents de nature à éviter tous dommages.

TITRE II

LE COMMISSIONNAIRE

Art.22 - Le commissionnaire est celui qui agit en son propre nom, mais pour le compte du commettant, moyennant une commission.

Art.23 - Le commissionnaire est tenu d'exécuter conformément aux directives du commettant les opérations faisant l'objet du contrat de commission.

Si le contrat de commission contient des instructions précises, le commissionnaire doit s'y conformer strictement, sauf le cas échéant, à prendre l'initiative de la résiliation si la nature du mandat ou les usages s'opposent à ces instructions.

S'il s'agit d'instructions indicatives, le commissionnaire doit agir comme si ses propres intérêts étaient en jeu, et en se rapprochant le plus possible des instructions reçues.

Si les instructions sont facultatives, ou s'il n'y a pas d'instructions particulières, le commissionnaire doit agir de la façon qui sert le mieux les intérêts du commettant, et le respect des usages.

Art.24 - Le commissionnaire doit agir loyalement pour le compte du commettant. Il ne peut en particulier acheter pour son propre compte les marchandises qu'il est chargé de vendre, ou vendre ses propres marchandises à son commettant.

Art.25-Le commissionnaire doit donner au commettant tout renseignement utile relatif à l'opération, objet de la commission, le tenir informé de ses actes, et lui rendre compte loyalement une fois l'opération effectuée.

Art.26 - Le commettant est tenu de verser au commissionnaire une rémunération ou commission, qui est due dès lors que le mandat est exécuté, et ce, que l'opération soit bénéficiaire ou non.

Art.27 - Le commettant doit rembourser au commissionnaire les frais et débours normaux exposés par ce dernier, à condition qu'ils aient été nécessaires, ou simplement utiles à l'opération, et qu'ils soient accompagnés de pièces justificatives.

Art.28 – Outre le privilège qu'il détient en vertu de l'article 172 de la Loi n° 2003-041 du 3 septembre 2004 sur les sûretés, tout commissionnaire a, pour toutes ses créances contre le commettant, un droit de rétention sur les marchandises qu'il détient.

Art.29 - Lorsque les marchandises expédiées en commission pour être vendues se trouvent dans un état manifestement défectueux, le commissionnaire doit sauvegarder les droits de recours contre le transporteur, faire constater les avaries, pourvoir de son mieux à la conservation de la chose et avertir sans retard le commettant.

A défaut, il répond du préjudice causé par sa négligence.
Lorsqu'il y a lieu de craindre que les marchandises expédiées en commission pour être vendues ne se détériorent promptement, et si l'intérêt du commettant l'exige, le commissionnaire a l'obligation de les faire vendre.

Art.30 - Le commissionnaire qui a vendu au-dessous du prix minimum fixé par le commettant est tenu envers lui de la différence, sauf s'il prouve qu'en vendant, il a préservé le commettant d'un dommage, et que les circonstances ne lui ont pas permis de prendre ses ordres.

S'il est en faute, il doit réparer en outre tout le dommage causé par l'inobservation du contrat.

Le commissionnaire qui achète à plus bas prix, ou qui vend plus cher que ne le portaient les ordres du commettant, ne peut bénéficier de la différence.

Art.31 - Le commissionnaire agit à ses risques et périls si, sans le consentement du commettant, il consent un crédit ou une avance à un tiers.

Art.32 - Le commissionnaire ne répond du paiement, ou de l'exécution des autres obligations incombant à ceux avec lesquels il a traité, que s'il s'en est porté garant en vertu d'une clause de ducroire.

Le commissionnaire qui se porte garant de celui avec lequel il traite a droit à une commission supplémentaire.

Art.33 - Le commissionnaire perd tout droit à la commission s'il s'est rendu coupable d'actes de mauvaise foi envers le commettant, notamment s'il a indiqué au commettant un prix supérieur à celui de l'achat ou inférieur à celui de la vente.

En outre, dans ces deux derniers cas, le commettant a le droit de tenir le commissionnaire lui-même pour acheteur ou vendeur.

Art.34 - Le commissionnaire expéditeur, ou agent de transport qui, moyennant rémunération et en son nom propre, se charge d'expédier ou de réexpédier des marchandises pour le compte de son commettant, est assimilé au commissionnaire, mais demeure soumis, en ce qui concerne le transport des marchandises, aux dispositions qui régissent le contrat de transport.

Art.35 - Le commissionnaire expéditeur ou agent de transport répond notamment de l'arrivée de la marchandise dans les délais fixés, des avaries et des pertes, sauf fait d'un tiers ou cas de force majeure.

Art.36 - Le commissionnaire agréé en Douane est tenu d'acquitter, pour le compte de son client, le montant des droits, taxes ou amendes, liquidés par le service des Douanes.

Le commissionnaire agréé en Douane qui, pour le compte d'un tiers, a acquitté des droits, taxes ou amendes dont la Douane assure le recouvrement, est subrogé dans les droits de la Douane.

Art.37 - Le commissionnaire agréé en Douane est responsable envers son commettant de toute erreur dans la déclaration ou l'application des tarifs de Douane, ainsi que de tout préjudice pouvant résulter du retard dans le paiement des droits, taxes ou amendes.

Il est responsable vis à vis des Administrations des Douanes et du Trésor des opérations en douane effectuées par ses soins.

Les dispositions du présent article et celles de l'article précédent sont applicables sans préjudice des dispositions particulières du Code des Douanes relatives aux commissionnaires en Douane.

TITRE III LE COURTIER

Art.38 - Le courtier est celui qui fait habituellement profession de mettre en rapport des personnes en vue de faciliter, ou de faire aboutir, la conclusion de conventions, opérations ou transactions entre ces personnes.

Art.39 - Le courtier est tenu de demeurer indépendant des parties, et doit limiter ses activités à mettre en rapport les personnes qui désirent contracter, et entreprendre toutes démarches pour faciliter l'accord entre elles.

Il ne peut donc intervenir personnellement dans une transaction, sauf accord des parties.

Il n'est pas responsable, en principe, de la mauvaise exécution du contrat par les parties.

Art.40 - Le courtier doit :

- faire tout ce qui est utile pour permettre la conclusion du contrat,
- donner aux parties tout renseignement utile leur permettant de traiter en toute connaissance de cause.

Si en vue d'amener une partie à contracter, le courtier présente sciemment l'autre partie comme ayant des capacités et des qualités qu'elle n'a pas en réalité, il sera responsable des préjudices résultant de ses fausses déclarations par exception aux dispositions de l'article 39, alinéa 3.

Art.41 - Dans le cadre de l'exécution de sa mission, le courtier ne peut réaliser des opérations de commerce pour son propre compte, soit directement, soit indirectement, soit encore sous le nom d'autrui ou par personne interposée.

Art.42 - La rémunération du courtier est supportée par le donneur d'ordre sauf accord contraire des parties à la transaction.

Cette rémunération est constituée par un pourcentage du montant de l'opération.

Si le vendeur seul est donneur d'ordre, la commission ne peut être supportée, même partiellement, par l'acheteur ; elle vient donc en diminution du prix normal encaissé par le vendeur.

Si l'acheteur est seul donneur d'ordre, la commission sera supportée par lui, en sus du prix qui est payé au vendeur.

Art.43 - Le courtier a droit à sa rémunération dès que l'indication qu'il a donnée, ou la négociation qu'il a conduite, aboutit à la conclusion du contrat.

Lorsque le contrat a été conclu sous condition suspensive, la rémunération du courtier n'est due qu'après la réalisation de la condition.

S'il a été convenu que les dépenses du courtier lui seraient remboursées, elles lui sont dues lors même que le contrat n'a pas été conclu.

Art.44 - La rémunération du courtier est déterminée par les parties. A défaut, elle est fixée sur la base d'un tarif s'il en existe ; à défaut de tarif, la rémunération est fixée conformément à l'usage.

En l'absence d'usage, le courtier a droit à une rémunération qui tient compte de tous les éléments qui ont trait à l'opération.

XIII

Art.45 - Le courtier perd son droit à rémunération s'il a agi dans l'intérêt du tiers contractant au mépris de ses obligations à l'égard de son donneur d'ordre, ou s'il s'est fait remettre à l'insu de ce dernier, une rémunération par le tiers contractant.

Il en est de même du remboursement de ses dépenses lorsqu'un tel remboursement a été prévu.

TITRE IV LES AGENTS COMMERCIAUX CHAPITRE I OBLIGATIONS DES PARTIES

Art.46 - L'agent commercial est un mandataire, qui à titre de profession indépendante, est chargé de façon permanente de négocier, et éventuellement, de conclure, des contrats de vente, d'achat, de location ou de prestation de services, au nom et pour le compte de producteurs, d'industriels, de commerçants, ou d'autres agents commerciaux, sans être lié envers eux par un contrat de travail.

Art.47 - Les contrats intervenus entre les agents commerciaux et leurs mandants sont conclus dans l'intérêt commun des parties.

Les rapports entre l'agent commercial et le mandant sont régis par une obligation de loyauté et un devoir réciproque d'information.

L'agent commercial doit exécuter son mandat en bon professionnel ; le mandant doit mettre l'agent commercial en mesure d'exécuter son mandat.

Art.48 - L'agent commercial peut accepter sans autorisation de représenter d'autres mandants, sauf convention écrite contraire,

Il ne peut accepter la représentation d'une entreprise concurrente de celle de l'un de ses mandants sans l'accord de ce dernier.

Art.49 - L'agent commercial ne peut, même après la fin du contrat, utiliser ou révéler les informations qui lui ont été communiquées par le mandant à titre confidentiel, ou dont il a eu connaissance à ce titre en raison du contrat.

Lorsqu'une interdiction de concurrence a été convenue entre l'agent commercial et son mandant, l'agent a droit, à l'expiration du contrat à une indemnité spéciale.

L'interdiction de concurrence n'est valable que si elle est limitée dans le temps ou dans l'espace.

CHAPITRE II REMUNERATION

Art.50 - Tout élément de la rémunération variant avec le nombre ou la valeur des affaires constitue une commission.

Dans le silence du contrat, l'agent commercial a droit à une commission conforme aux usages pratiqués, dans le secteur d'activités couvert par son mandat.

En l'absence d'usage, l'agent commercial a droit à une rémunération qui tient compte de tous les éléments ayant trait à l'opération.

Art.51 - L'agent auquel a été attribuée l'exclusivité dans un secteur géographique, ou sur un groupe de clients déterminés, a droit à une commission pour toute opération conclue sans son intervention sur le secteur géographique concerné, pendant la durée du contrat d'agence.

Art.52 - Pour toute opération commerciale conclue après la cessation du contrat d'agence, l'agent commercial a droit à une commission lorsque l'opération est principalement due à son activité au cours du contrat d'agence, et a été conclue dans un délai raisonnable à compter de la cessation du contrat.

Art.53 - L'agent commercial n'a pas droit à une commission, si celle-ci est déjà due :

- à l'agent qui l'a précédé pour une opération commerciale conclue avant l'entrée en vigueur de son contrat d'agence ;
- à l'agent qui lui succède pour une opération commerciale conclue après la cessation de son contrat d'agence.

Toutefois, il y a lieu à partager cette commission si les circonstances rendent équitables de répartir celle-ci entre les différents agents commerciaux ayant pris part à l'opération.

Art.54 - La commission est acquise dès que le mandant a exécuté l'opération, ou devrait l'avoir exécutée en vertu de l'accord conclu avec le tiers, ou bien encore dès que le tiers a exécuté l'opération.

La commission est payée au plus tard le dernier jour du mois qui suit le trimestre au cours duquel elle a été acquise, sauf convention contraire des parties.

Art.55 - La commission n'est pas due s'il est établi que le contrat entre le tiers et le mandant ne sera pas exécuté, et que cette inexécution résulte de circonstances imputables à l'agent commercial.

Art. 56 - Sauf convention ou usage contraire, l'agent commercial n'a pas droit au remboursement des frais et débours résultant de l'exercice normal de son activité, mais seulement de ceux qu'il a assumés en vertu d'instructions spéciales du mandant.

Le remboursement des frais et débours est dû dans ce cas, même si l'opération n'a pas été conclue.

CHAPITRE III CESSATION DU CONTRAT

Art.57 - Le contrat d'agence conclu pour une durée déterminée prend fin à l'expiration du terme prévu, sans qu'il soit nécessaire d'y mettre un terme par une quelconque formalité.

Le contrat à durée déterminée qui continue à être exécuté par les deux parties après son terme est réputé transformé en contrat à durée indéterminée.

Art.58 - Lorsque le contrat est à durée indéterminée, chacune des parties peut y mettre fin moyennant un préavis.

La durée du préavis est d'un mois pour la première année du contrat, de deux mois pour la deuxième année commencée, de trois mois pour la troisième année commencée et les années suivantes.

En l'absence de convention contraire, la fin du délai de préavis coïncide avec la fin d'un mois civil.

Dans le cas d'un contrat à durée déterminée, transformé en contrat à durée indéterminée, la durée du préavis se calcule à compter du début des relations contractuelles entre les parties.

Les parties ne peuvent convenir de délais de préavis plus courts.
Si elles conviennent de délais plus longs, les délais de préavis doivent être identiques pour le mandant et pour l'agent.

L'obligation de préavis ne s'applique pas lorsque le contrat prend fin en raison d'une faute grave de l'une des parties, ou de la survenance d'un cas de force majeure.

Art.59 – Lors de la cessation de ses relations avec le mandant et indépendamment de l'indemnité spéciale prévue à l'article 49 et de l'indemnité de préavis s'il y a lieu, l'agent commercial a droit à une indemnité compensatrice, calculée conformément à l'article 61, sans préjudice d'éventuels dommages et intérêts.

L'indemnité compensatrice doit être versée dès la cessation du mandat. A défaut, l'agent commercial doit, dans un délai d'un an à compter de la cessation du mandat, mettre le mandant en demeure de lui verser cette indemnité, par lettre recommandée ou acte extrajudiciaire,

Les ayants droits de l'agent commercial bénéficient également du droit l'indemnité compensatrice lorsque la cessation du contrat est due au décès de l'agent.

Art.60 - L'indemnité compensatrice prévue à l'article précédent n'est pas due, en cas :

1. de cessation du contrat provoquée par la faute grave de l'agent commercial, ou
2. de cessation du contrat résultant de l'initiative de l'agent, à moins que cette cessation ne soit justifiée par des circonstances imputables au mandant, ou due à l'âge, l'infirmité ou la maladie de l'agent commercial, et plus généralement, par toutes circonstances indépendantes de la volonté de l'agent par suite desquelles la poursuite de son activité ne peut plus être raisonnablement exigée, ou
3. lorsqu'en accord avec le mandant, l'agent commercial cède à un tiers les droits et obligations qu'il détient en vertu du contrat d'agence.

Art.61 - L'indemnité compensatrice est égale au minimum à :

- un mois de commission à compter de la première année entièrement exécutée du contrat ;
- deux mois de commission à compter de la deuxième année entièrement exécutée du contrat ;
- trois mois de commission à compter de la troisième année entièrement exécutée du contrat.

L'indemnité compensatrice est librement fixée entre l'agent commercial et son mandant pour la part d'ancienneté au-delà de la troisième année entière exécutée du contrat.

La mensualité à prendre en compte pour le calcul de l'indemnité est celle de la moyenne des douze derniers mois d'exécution du mandat.

Art.62 - Est réputée non écrite toute clause ou convention dérogeant, au détriment de l'agent commercial, aux dispositions des articles 58 à 61 ci-dessus.

Art.63 - Chaque partie est tenue de restituer à la fin du contrat tout ce qui lui a été remis pour la durée de ce contrat, soit par l'autre partie, soit par des tiers pour le compte de l'autre partie, mais ce, sans préjudice pour l'une ou l'autre des parties de son droit de rétention.

TITRE V DISPOSITIONS DIVERSES

Art.64 – Des textes réglementaires seront pris en tant que de besoin pour l'application de la présente Loi.

Art.65 - Les articles 71 à 95 du Code de Commerce sont abrogés.

Art.66 - Les dispositions de la présente Loi s'appliquent aux conventions en cours régissant les relations entre les intermédiaires de commerce et leurs mandants.

Art.67 - La présente Loi sera publiée au Journal Officiel de la République.

Elle sera exécutée comme Loi de l'Etat.

Antananarivo, le 20 juillet 2006

LE PRESIDENT DE L'ASSEMBLEE NATIONALE, LE PRESIDENT DU SENAT,

Samuel MAHAFARITSY Razakanirina

RAJEMISON RAKOTOMAHARO

Titre : Redynamisation de l'économie familiale face à l'iniquité commerciale entre agents de marché
Cas de la commune rurale d'Alakamisy

.....

Présenté par : FARAMAMPIANINA Onjaniaina Soandry

Nombre de pages : 112

Nombre de références bibliographiques : 41

Nombre de Tableaux : 22

Rubriques épistémologiques : Sociologie économique, anthropologie économique



RESUME

La présente étude a pour but d'analyser le marché et le système de commercialisation des produits agricoles dans la commune rurale d'Alakamisy. L'approche méthodologique adoptée permet d'apporter un regard sociologique sur l'analyse du fonctionnement du circuit commercial des ménages ruraux et d'estimer la rentabilité de ses produits agricoles sur l'économie familiale en général. Nous avons effectué l'étude à travers une collecte de l'ensemble des informations disponibles sur les productions agricoles mises en valeur de la zone, et par la suite, une enquête a été réalisée auprès de 100 ménages producteurs et 10 collecteurs concernés. L'étude révèle un différentiel de prix, des charges, des contraintes liées aux processus de production ce qui conduit à une iniquité commerciale entre les agents de marché. La redynamisation de l'économie familiale est une stratégie d'intervention en milieu rural visant à l'amélioration des conditions de vie des ménages par le biais de la logique entrepreneuriale et la restructuration du flux commercial. Au total, lutter contre l'iniquité commerciale entre ces agents est un important moyen de lutte contre la pauvreté et de renforcement de la sécurité alimentaire. L'équité commerciale doit donc être soutenue dans la perspective d'un développement durable. Ce soutien sera d'autant plus efficace que l'Etat développe des programmes en faveur de sa promotion et de la commercialisation de ses produits.

Mots clés : économie familiale, iniquité commerciale, échange marchand, habitus économique, activité économique rationnelle

Directeur de mémoire : Mr ANDRIAMAMPANRY Todisoa Manampy, Maître de conférences